



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS NATURAIS E TECNOLOGIA
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN**

TALISSA PAMPLONA GEMAQUE

MARAJOARA ZEN: Coleção de acessórios de moda para o auxílio nos estados de inquietação no dia a dia com inspiração nos grafismos marajoara.

Belém-PA
2024

TALISSA PAMPLONA GEMAQUE

MARAJOARA ZEN: Coleção de acessórios de moda para o auxílio nos estados de inquietação no dia a dia com inspiração nos grafismos marajoara.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Design pela Universidade do Estado do Pará.

Orientadora: Prof.a M.a Rosângela Gouvêa Pinto.

Área de concentração: Design de Joias.

TALISSA PAMPLONA GEMAQUE

MARAJOARA ZEN: Coleção de acessórios de moda para o auxílio nos estados de inquietação no dia a dia com inspiração nos grafismos marajoaras.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Design da Universidade do Estado do Pará.

Orientadora: Prof.a M.a Rosângela Gouvêa Pinto.

Área de concentração: Design de Joias

Aprovado em: 16/10/24.

Nota: 9,0

BANCA EXAMINADORA:

Rosângela Gouvêa Pinto

Prof.a M.a Rosângela Gouvêa Pinto. Completo – UEPA (orientador(a))

Ana Paula Nazaré Freitas

Prof.ª M.a Ana Paula Nazaré Freitas – UEPA (Avaliador(a))

Jose Leuan Monteiro Ferreira

Jose Leuan Monteiro Ferreira – Brilho da Mata (Avaliador(a))

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por ter me dado forças durante os momentos difíceis e me ajudado a chegar até aqui.

Aos meus pais, Márcio Gemaque e Áurea Gemaque por todo amor, carinho, apoio e tempo dedicado a mim, serei eternamente grata. Amo vocês

A minha irmã Taíla Gemaque, que é minha companhia e melhor amiga, e que comemorou comigo cada vitória sempre me apoiou e aconselhou, e sempre sendo meu porto seguro.

Aos meus avós, que cuidaram de mim durante a minha primeira infância, e sempre acreditaram em mim.

Ao meu gato de estimação, Joaquim Ósorio Duque Estrada Gato Angorá Feliz Pamplona Gemaque, por ser meu apoio emocional e minha companhia durante noites viradas em que fiquei fazendo trabalhos.

Aos meus amigos mais próximos. A Letícia Calandrini que conheci ainda no fundamental e continuamos apoiando uma à outra. Aos meus amigos que fiz e um cursinho: Arthur Henrique, Aline Dandara, Bruno Leite, Emilly Almeida, agradeço por fazerem um período tão difícil mais leve e por terem me apoiado e incentivado durante esses anos, e em especial Joelson Ferreira, que também foi meu colega de turma e amigo mais fiel e companheiro.

Aos meus colegas de universidade, Anna Rachel Perez, Alanna Vinhas, Milene Batista, Matheus Martins, Carlos Eduardo Pixuna, Marcela Cotta, Maísa Aviz, Fernanda Mendes, Tiago Henrique, Waldir Santana e Ana Beatriz Santos. Pelo companheirismo, amizade e almoços juntos. Vocês são especiais para mim e levarei lembranças de cada um comigo.

Ao José Leuan Ferreira e Edinaldo Pereira, que fizeram a minha primeira experiência profissional um espaço divertido.

Um agradecimento especial aos professores que me ensinaram durante o curso. Em especial a Prof^a Ma. Rosângela Gouvêa Pinto, por aceitar ser orientadora deste trabalho sendo fundamental para o desenvolvimento desse projeto, e pelas valiosas contribuições dadas durante todo o processo e sempre me incentivando a melhorar, e me apoiando até mesmo na vida pessoal. Obrigada por tudo.

RESUMO

Este trabalho aborda sobre o tema de saúde mental pós pandemia de COVID-19, evidenciando estudantes universitário, e como os acessórios de moda podem oferecer um alívio diante os sintomas leves de ansiedade. O problema identificado foi a grande ocorrência de brinquedos com esse objetivo, que são destinados a crianças, surgindo uma deficiência no mercado para o público com maior faixa etária. Portanto, buscou-se criar uma coleção de acessório de moda com essa utilidade para esse grupo. A abordagem da pesquisa é científica de natureza aplicada, os procedimentos utilizados foram pesquisas bibliográficas: pesquisas quantitativa/qualitativa e questionários online. Nesse contexto, obteve-se como resultado uma pequena coleção de joias, na qual dentre os sete projetos, um foi confeccionado, através de uma modelagem 3D. Entretanto os produtos da coleção de acessórios de moda para o auxílio de sintomas leves de ansiedade não devem ser considerados substituto de um tratamento profissional.

Palavras-chave: Ansiedade. Joalheria. Acessórios de moda.

ABSTRACT

This work addresses the theme of post-COVID-19 mental health, focusing on university students and how fashion accessories can provide relief for mild anxiety symptoms. The identified problem was the prevalence of toys with this purpose, intended for children, creating a gap in the market for the older age group. Therefore, efforts were made to create a collection of fashion accessories with this purpose for this demographic. The research approach is scientifically applied, using bibliographic research, quantitative/qualitative research, and online questionnaires. In this context, the result was a small jewelry collection, among which seven projects were proposed, and one was crafted by a goldsmith. However, it is important to note that the products in the fashion accessory collection for mild anxiety symptoms should not be considered a substitute for professional treatment

Keywords: Anxiety. Jewelry. Fashion accessories

LISTA DE ABREVIATURAS

OMS - Organização Mundial da Saúde.

OPAS - Organização Pan Americana de Saúde.

TAG - Transtorno de Ansiedade Generalizada.

TCC - Terapia Cognitivo-comportamental.

TOC – Transtorno Obsessivo Compulsivo

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Ansiedade e isolamento social	19
Figura 02: Ansiedade no ambiente acadêmico	18
Figura 03: Desfile de moda de marca de alta costura em Milão	20
Figura 04: Linha do tempo da história da moda de 1090 a 2010.	21
Figura 05: Trend Wearing vs Styling, mostrando a diferença dos acessórios na roupa	22
Figura 06: Pop it – brinquedo para inquietação de silicone com bolhas para empurrar	23
Figura 07: Pergunta do questionário para definir a idade majoritária do público alvo	26
Figura 08: Pergunta do questionário para definir o gênero majoritário do público alvo	26
Figura 09: Pergunta do questionário para definir o grau de escolaridade majoritário do público alvo	27
Figura 10: Pergunta do questionário para definir o semestre majoritário do público alvo	27
Figura 11: Pergunta do questionário para descobrir a frequência de ansiedade no ambiente acadêmico do público alvo	28
Figura 12: Pergunta do questionário para descobrir a causa da ansiedade no ambiente acadêmico do público alvo	29
Figura 13: Pergunta do questionário para descobrir se público alvo possui diagnóstico de transtornos mentais.	30
Figura 14: Pergunta do questionário para descobrir quais são os transtornos mentais público alvo	30
Figura 15: Pergunta do questionário para descobrir se o público alvo usa acessório de moda.	31
Figura 16: Pergunta do questionário para descobrir se o público alvo usa acessório de moda.	32
Figura 17: Pergunta do questionário para descobrir qual a frequência que utilizam acessório de moda	33

Figura 18: Pergunta do questionário para saber se o público alvo possui interesse em acessórios para inquietação	33
Figura 19: Pergunta do questionário para saber se o público alvo possui interesse no regionalismo paraense	34
Figura 20: Quadro visual dos tipos de objetos para inquietação	37
Figura 21: Quadro visual do estilo de vida do público alvo	38
Figura 22: Quadro visual de representação e expectativas do produto	39
Figura 23: Quadro visual de elementos culturais marajoaras	39
Figura 24: Painel de esboços para o produto final	40
Figura 25: Painel de esboços selecionados para o produto final	41
Figura 26: Ficha técnica peça pingente fragrância positiva	42
Figura 27: Ficha técnica peça anel deslizantes	43
Figura 28: Ficha técnica peça colar vaso indígena deslizante	44
Figura 29: Ficha técnica peça pingente labirinto	45
Figura 30: Ficha técnica peça anel dois rios.....	46
Figura 31: Ficha técnica peça miçanga semente marajoara	47
Figura 32: Ficha técnica peça anel relevo do norte.	48
Figura 33: Processo de modelagem do pingente	49
Figura 34: Modelo 3d do colar renderizado	50
Figura 35: Representação em 3d do colar	51
Figura 36: A prata passa pelo laminador.....	52
Figura 37: Recorte da peça na chapa de prata	52
Figura 38: Soldagem das peças	53
Figura 39: Foto da Peça final	53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.4. Objetivos.....	14
1.4 Objetivo Geral	14
1.5 Objetivos Específicos	14
2. METODOLOGIA.....	14
3. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA.....	16
3.1 Ansiedade no meio acadêmico.....	16
3.2 A moda e acessórios de moda	19
3.2.1 Acessórios de moda.....	21
3.2.2 Acessórios Antiestresse.....	22
4. PROJETO DA COLEÇÃO MARAJOARA ZEN	23
4.1 Briefing	24
4.2 Componentes do problema.....	25
4.3 Coletas de dados.....	25
4.3.1 Público Alvo	25
5. ANALISE DE DADOS.....	34
5.1 Analise de similares.	34
6. CRIATIVIDADE	36
6.1 Pannel de inspirações.	36
6.2 Técnicas de Criatividade.....	37
6.2.1 Painéis criativos	37
6.2.2 Pannel do estilo de vida	37
6.2.3 Pannel da expressão do produto	38
6.2.4 Pannel do tema visual	39
6.2.5 Geração de alternativas	40
6.2.6 Desenho técnico e Ficha técnica	40
7. MODELO 3D.....	49
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERENCIAS	56

1. INTRODUÇÃO.

O presente trabalho aborda sobre como a pandemia da coronavírus (COVID-19) que teve um grande impacto na vida acadêmica dos estudantes em todo o mundo, nos anos de 2020 e 2021, para controlar a situação, várias medidas foram tomadas e as consequências afetaram o desempenho e saúde mental dos estudantes, umas das mudanças foi a abrupta transição do ensino presencial para o ensino remoto. Além disso, a falta de interação social, a incerteza sobre o futuro e a pressão acadêmica em um ambiente isolado contribuíram para o aumento dos níveis de estresse e ansiedade. Portanto, o impacto dessas mudanças exigirá contínuos esforços para apoiar os estudantes após a pandemia.

Ao abordar a ansiedade, destaca-se que se trata de um mecanismo de defesa natural do ser humano, essencial para sua sobrevivência desde a pré-história. No entanto, com os avanços da ciência, é determinada como doença quando afeta o dia-a-dia do indivíduo, sendo chamada de transtorno de ansiedade. Segundo Gonçalves (2003) ‘A ansiedade é uma resposta a uma possível ameaça desconhecida, vaga, diferente do medo que é um estado emocional similar, só que, em resposta a uma ameaça conhecida e definida’. Pode-se dizer que o medo envolve a avaliação intelectual de um estímulo ameaçador e a ansiedade é a resposta emocional a essa avaliação. Assim, o medo produz a ansiedade, que prepara o indivíduo a tomar as medidas necessárias, para evitar a ameaça ou, ao menos atenuar suas consequências. A autora enfatiza a diferença entre a sensação de medo e o estado de ansiedade, explicando que o medo é capaz de causar a ansiedade.

Apesar de existir diferentes tipos de ansiedade, o Transtorno de Ansiedade Generalizada é considerando o mais comum. Segundo o livro American Psychiatric Association (APA) DSM (2014, p.190) “As características principais do transtorno de ansiedade generalizada são ansiedade e preocupação persistentes e excessivas acerca de vários domínios, incluindo desempenho no trabalho e escola, que o indivíduo encontra dificuldade em controlar”. Entretanto, cada tipo de transtorno de ansiedade possui sintomas particulares. Por essa razão, é inadequado esperar que uma única ferramenta possa abordar eficazmente os sintomas de diferentes tipos de transtornos de ansiedade.

Pesquisas comprovam que utilizar objetos para amenizar esses sintomas leves de ansiedade, como a inquietação e a dificuldade de concentração podem trazer bons resultados, por esse motivo surgiu a possibilidade de criar uma coleção de acessórios de moda que forneçam um alívio para esses sintomas em estudantes. Porém como afirma a

psicóloga Célia Braga a revista CENARIUM "É legal o intuito ao qual o brinquedo se propõe, mas lembremos que ele é apenas uma ferramenta alternativa e jamais vai substituir os cuidados de um profissional ou terapia quando necessária. Cada caso é um caso e os níveis de ansiedade são diferentes, obvio que em casos mais intenso não dá para confiar os cuidados a um brinquedo, você inclui-o no tratamento" (PEIXOTO, 2021). Sendo assim, espera-se que o produto seja utilizado como um recurso apenas para sintomas leves, como a inquietação e a dificuldade de concentração. Para os demais sintomas, o produto será irrelevante para a melhoria, pois não foi pensado para tal.

Para atribuir regionalidade paraense e trazer familiaridade ao projeto, buscando uma conexão com o usuário, foram utilizados como inspiração os grafismos marajoaras, um tipo de arte visual que surgiu da cultura indígena. Os marajoaras foram povos indígenas que habitaram por volta de 400 d.C. a 1250 d.C a Ilha de Marajó, localizada no estado do Pará. Antes da era cristã, a população vivia dividida e espalhada pela ilha em pequenos grupos.

Segundo Schaan, "O registro arqueológico e as crônicas etno-históricas têm sido as únicas fontes disponíveis e possíveis para a reconstrução do passado pré-histórico na Ilha de Marajó" (SCHAAN, 2010, p. 41). Dessa forma, as cerâmicas encontradas são os únicos registros da existência de uma tribo que habitou a região da ilha de Marajó, e os desenhos presentes nas cerâmicas e urnas tornaram-se inspirações para bordados em ponto cruz e joias. É através dessa conexão entre passado e presente que se busca não apenas preservar a herança cultural e revitalizá-la.

Para alcançar esse objetivo, este trabalho se organiza da seguinte forma: apresentação do problema de projeto identificado durante as pesquisas, dos objetivos a serem alcançados, da metodologia e etapas complementares que auxiliam a principal, do referencial teórico que fundamenta assuntos referentes ao tema. Neste referencial, serão abordados, de forma mais aprofundada, os conceitos relacionados a acessórios de moda e à ansiedade no meio acadêmico, recorrentes da pandemia do COVID-19. Em seguida, apresenta-se o processo de criação da coleção Marajoara Zen, desde o briefing, etapa em que se delimitam os componentes do problema de projeto; passando pela pesquisa com o público-alvo, coleta e análise de dados, até chegar à fase criativa, na qual são apresentados os esboços e a proposta final.

1.1 JUSTIFICATIVA.

O projeto de uma coleção de acessórios de moda surgiu como uma alternativa aos brinquedos que são utilizados como distração nos momentos de ansiedade do cotidiano, além de serem adornos, combinando a função prática e estética, tornando o acesso a eles mais fácil e discreto do que aos brinquedos, por estarem mais próximos do contato com as mãos.

Ao observar a crescente busca por brinquedos que tem como objetivo distrair e relaxar as pessoas com quadros de ansiedade e estresse, identificou-se a possibilidade de projetar a coleção de acessórios de moda, que poderá servir como auxílio para futuro tratamento de acordo com a recomendação dos profissionais da área da saúde mental, portanto, o produto não será uma substituição para o tratamento específico ou eficaz em caso de sintomas mais graves.

Segundo o psiquiatra VERÇOSA (2019), “a ansiedade leve é aquela considerada normal, ou seja, que todas as pessoas têm no curso de suas vidas. É ativada quando ocorre uma situação que gera tensão, insegurança ou medo”. De acordo com estudos, dentre os transtornos mentais, os transtornos de ansiedade são os mais frequentes. Segundo PASSOS (2019), dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) de 2019 demonstram que, no Brasil, cerca de 9,3% da população sofre de ansiedade. Entretanto, a pesquisa apresenta dados referentes a um ano antes da pandemia.

Para a função estética, buscou-se implementar elementos regionais para inspirar o visual da coleção, além de causar familiaridade e conforto ao usuário, remetendo a elementos culturais e também à materiais encontrados na região.

Portanto, para projetar uma coleção de acessórios de moda funcionais é preciso identificar o problema e investigar as demais questões relacionadas ao tema, afim de solucionar a questão.

Dessa forma o trabalho foi dividido em seções, sendo: Problema, hipótese, objetivo geral. objetivos específicos, metodologia e referencial teórico.

1.2 PROBLEMA.

Observou-se que no mercado há uma falta de acessórios de moda que auxiliem nos sintomas leves de ansiedade. No entanto, encontram-se pequenos brinquedos e acessórios

que não possuem apelo estético. Os adornos seriam uma proposta mais discreta por essa razão, foram adotados como alternativa para o projeto.

1.3 HIPÓTESE

É possível contribuir para minimizar os sintomas da ansiedade do cotidiano através do conforto de interação a partir de uma coleção de adornos corporais, cujo apelo mercadológico além de ser estético, será também um recurso para auxiliar nos sintomas da ansiedade.

1.4 OBJETIVO GERAL

Projetar uma coleção de acessórios de moda para pessoas com sintomas leves de ansiedade que procuram conforto através de interação.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.5.1 Pesquisar sobre acessórios de moda que auxiliem na inquietação;
- 1.5.2 Selecionar temas e materiais relacionados a cultura local que familiarize o usuário ao produto.
- 1.5.3 Aplicar a metodologia projetual de design para construção de modelos e protótipos para teste.

2 METODOLOGIA

A metodologia científica é fundamental para a construção do trabalho, pois auxiliará na coleta de informações e servem de aporte teórico para a pesquisa, portanto duas metodologias foram escolhidas para nortear a pesquisa, sendo elas a qualitativa-quantitativa e pesquisa bibliográfica.

Segundo Denzin e Lincoln (2006), “a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Tem a função de interpretar o objeto estudado”.

Sobre a pesquisa quantitativa:

A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, mediante técnicas estatísticas, tais como percentual, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros.” Portanto a

pesquisa busca resposta com exatidão e irrefutáveis para a investigação (MICHEL, 2005).

A pesquisa tem em vista conhecer sobre as crises leves de ansiedade e projetar uma coleção de adornos os quais mediante a esses sintomas auxiliem os portadores. Portanto a pesquisa precisa abranger vários conteúdos além de obter informações com o público alvo. Ainda foi escolhida a pesquisa bibliográfica, pois:

Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura resposta. (FONSECA, 2002, p. 32)

Neste projeto, para coleta de dados foram utilizados os tipos de pesquisa citadas acima, para a qualitativa-quantitativa foi utilizado formulário online com potencial público alvo, a saber sobre o comportamento e opiniões dos possíveis usuários, quanto a pesquisa bibliográfica, obteve-se informações através de livros, artigos e sites que tratam dos assuntos fundamentais para o trabalho, como a inquietação e ansiedade.

Sobre o método projetual:

O método projetual para o designer não é algo absoluto e definitivo; é algo modificável quando se encontram outros valores objetivos que melhorem o processo. É esse fato ligado à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir qualquer aspecto para melhorá-lo (MUNARI, 2015, p. 18).

Desse modo foi definido um quadro metodológico com as principais etapas mencionadas, como apresenta a imagem abaixo.

Quadro 01 - Metodologia projetuais selecionadas para a pesquisa,

Fases	Munari (2015)	Magnus e Hamester (2006)	Técnicas complementares
1	Definição do problema		Briefing (PHILLIPS 2007)
2	Componentes do problema		
3	Coleta de dados		Análise da concorrência (Baxter 2021)
4	Análise de dados	Pesquisa de tendência	Painéis Semânticos (Baxter 2021)
5	Criatividade	Painel de inspirações Criação e geração de alternativas	
6	Modelo		

Fonte: produzido pelas autoras, 2023.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico foram abordados os principais conceitos sobre o trabalho, sendo eles: ansiedade no meio acadêmico, moda, acessórios de moda e acessórios antiestresse.

3.1 ANSIEDADE NO MEIO ACADÊMICO

Segundo a Organização Pan Americana de Saúde, em dezembro de 2019 o primeiro caso do que viria a ser a pandemia da covid-19 surgiu em uma cidade da China chamada Wuhan, os casos da doença se espalharam rapidamente por todos os continentes, em 2020 chegou ao Brasil. Para conter a proliferação da doença, vários países tomaram medidas de acordo com o grau de gravidade, isso conduziu as autoridades a suspender atividades consideradas não essenciais, além de decretar medidas de quarentena, isolamento e/ou distanciamento social.

Dessa forma, as pessoas foram impossibilitadas de manter suas rotinas habituais, com isso muitos tiveram sentimentos de solidão, ansiedade, estresse e entre outros. Segundo o site CONASEM/COFEN, Humerez (2022) “o aumento nos transtornos ansiosos e depressivos é uma tendência dos últimos anos, mas atingiu patamares muito mais alarmantes após a crise sanitária”. Portanto muitos fatores poderiam contribuir para um aumento gradual dos níveis de ansiedade e depressão na população, mas a pandemia adiantou e elevou essa estimativa.

Segundo previsões da Organização Mundial da Saúde (OMS) em 2020, no primeiro ano da pandemia de covid-19, a prevalência global da ansiedade e depressão aumentou cerca de 25%. Esses efeitos psicológicos foram ocasionados por distúrbios emocionais, depressão, estresse, insônia, sintomas de estresse pós-traumático e outros. O mundo já havia passado outras pandemias, mas desta vez a ansiedade junta as inovações tecnológicas, como as redes sociais, tornou uma janela para a realidade do outro, evidenciando problemas sociais e agravando sentimento de frustração e desespero, como apresenta a figura abaixo.

Figura 01 – Ansiedade e isolamento social

Fonte: <https://www.trofasaude.pt/artigos/o-que-raramente-se-diz-sobre-a-ansiedade/>

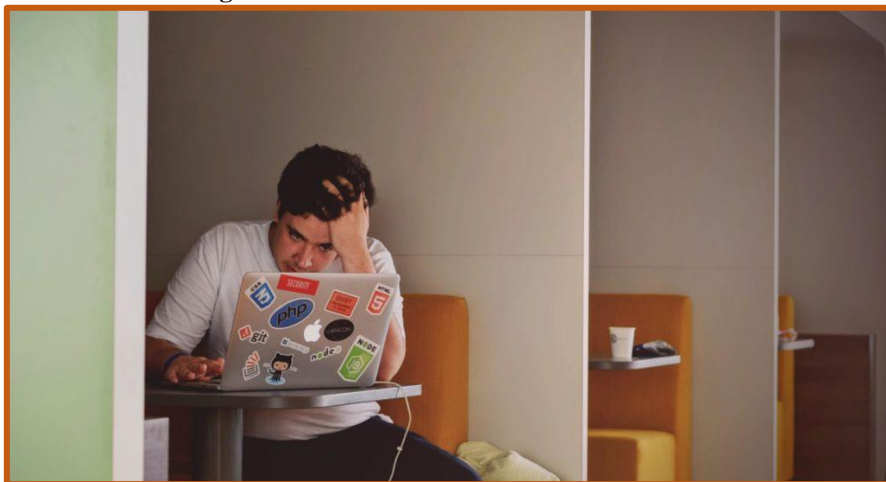
A ansiedade se tornou mais grave durante os períodos de isolamento e tem se prolongado atualmente, mesmo que as atividades estejam se normalizando. Porém esse transtorno já estava presente na vida de todos, segundo Oliveira (2022) “A ansiedade nem sempre é um mal sinal, nem sempre precisa ser combatida. A ansiedade pode impulsionar, empurrar, ser o fósforo que, riscado, causa uma combustão que nos joga no mundo.” (OLIVEIRA, 2022, p.1). A ansiedade esteve presente desde o início na vida do homem, sempre alertou o homem primitivo que temia o perigo, e dessa certa ansiedade e medo a espécie humana conseguiu sobreviver e ter descendentes que possuíssem essa evolução.

Segundo o site SaluteCare (2022), dentre os 6 tipos de ansiedade, o transtorno de ansiedade generalizada (TAG) é considerado o mais comum e frequente entre a população, é caracterizado pela preocupação excessiva, relacionados a vida, trabalho, rotina, relações com outras pessoas, saúde e estudos entre outros. Esses pensamentos causam uma preocupação demasiada ou expectativa, por muitas vezes idealizando uma possibilidade de futuro prejudicando o cotidiano do indivíduo, de acordo com a definição:

“A ansiedade e a preocupação estão associadas com três (ou mais) dos seguintes seis sintomas (com pelo menos alguns deles presentes na maioria dos dias nos últimos seis meses). Nota: Apenas um item é exigido para crianças. 1. Inquietação ou sensação de estar com os nervos à flor da pele. 2. Fatigabilidade. 3. Dificuldade em concentrar-se ou sensações de “branco” na mente. 4. Irritabilidade. 5. Tensão muscular. 6. Perturbação do sono (dificuldade em conciliar ou manter o sono, ou sono insatisfatório e inquieto)”. DSM (2014, p.222).

Portanto, identificou-se os sintomas mais presente no TAG. Dentre eles o projeto pretende auxiliar nos considerados mais amenos como: a inquietação e a dificuldade de concentração (figura 2), servindo como um recurso para amenizar esses sintomas. Apesar do público-alvo ter a possibilidade de apresentar outros sintomas, o produto não foi projetado para tais.

Figura 02 – Ansiedade no ambiente acadêmico



Fonte: <https://desafiosdaeducacao.com.br/ansiedade-e-depressao-na-universidade>

Apesar de a ansiedade e o estresse serem comuns no dia a dia, poderem interferir no desempenho acadêmico dos estudantes universitários, podem ocorrer durante todo período, mas durante o ingresso e/ou saída do curso é quando são mais presentes. A ansiedade surge de um estado emocional, medo, apreensão derivados de uma tensão ou desconforto projetado do desconhecido, estando na imaginação da pessoa.

Segundo CRUZ (2010), “Ao decorrer do percurso acadêmico, o estudante é confrontado com circunstâncias geradoras de pressão psicológica e ansiedade”.

Sobre os sintomas psicológicos:

Os sintomas psicológicos da ansiedade entre os estudantes incluem sentimentos de nervosismo antes de uma aula, pânico, esquecimento durante uma avaliação de aprendizagem, impotência ao fazer trabalhos acadêmicos ou a falta de interesse em uma matéria difícil' (CARVALHO et al., p. 1290).

Logo, observa-se uma nova fase na vida dos indivíduos, seja entrando ou saindo da vivência acadêmica. As expectativas ou inseguranças podem trazer sentimentos vulneráveis, ocasionando um quadro de ansiedade, ou seja, os fatores causadores de estresse surgem de acordo com o momento vivenciado.

Para ROSSETTI (2008) “Quando o estresse se torna excessivo produz consequências psicológicas e emocionais que resultam em cansaço mental, dificuldades de concentração e perda de memória imediata, bem como crises de ansiedade e de humor (ROSSETTI et al. 2008). A conclusão do curso também oferece certa vulnerabilidade, pois o estudante encontra-se diante de novos desafios referentes a vida profissional. Pode-se incluir que a ansiedade e seus sintomas possam existir em grande parte da vida acadêmica, desde o ensino fundamental ao ensino superior.

Como possíveis tratamentos, observou-se uma pesquisa feita por ISBISTER (2016), na qual brinquedos para inquietação ajudavam crianças com quadros de déficit de atenção e ansiedade a manter o foco e a se acalmarem durante atividades cotidianas, obtendo resultados satisfatórios. Esses brinquedos também são disponibilizados para adultos.

Sobre a terapia cognitiva:

A terapia cognitiva (ou terapia cognitivo-comportamental [TCC]) é praticada por centenas de profissionais de saúde mental em todo o mundo e foi comprovada por muitos estudos científicos clínicos como um tratamento eficaz para diversos tipos de transtorno de ansiedade, alcançando de 60% a 80%” (CLARK, 2014, p. 12).

Segundo os autores citados, percebe-se que os brinquedos de inquietação favorecem a melhora significativa dos sintomas leves de ansiedade e estresse. No entanto, é importante destacar que o tratamento clínico acompanhado de profissional continua sendo fundamental e cientificamente comprovado como eficaz para o bem-estar de quem possui esses sintomas, além de contribuir de forma mais profunda no manejo da ansiedade.

3.2 A MODA E ACESSÓRIOS DE MODA

Os acessórios tratam-se de um produto de moda; por conta dessa condição, torna-se necessário observar alguns conceitos em moda segundo alguns autores. Malcon Bernard (2003) conceitua a moda como comunicação, pontuando que a moda e a indumentária são formas de comunicação não verbal, permitindo construir uma mensagem capaz de ser transmitida e entendida por outra pessoa. Palomino (2002) relata que é muito mais do que roupa; é um sistema que integra o simples uso das roupas do dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico.

Para Baitello Jr (2001) dentre as distintas formas de manifestar e afirmar a liberdade individual a moda se encontra dentre os vários sistemas artísticos, como arquitetura e o design, sendo assim a moda reafirma a liberdade do homem de criar uma segunda pele pela qual ele pode se expressar. “O homem por meio de roupa é capaz de se libertar de suas próprias biologias e de se transformar no que quiser”.

Dessa forma, afirma-se que por meio da roupa, o homem é capaz de se transformar e assumir uma nova identidade, tornando-se o que quiser. 'A era da reprodutividade encontrou na moda a sua maior arma, pois como a roupa é a pele e a pele é inteligência, a moda é a inteligência comunicativa de um grupo, é seu símbolo, seu braço, seu emblema e seu hino' (BAITELLO JR, 2001, p. 2). A moda está muito ligada ao usuário, como afirma o autor, 'uma segunda pele' (figura 3). A partir desse conceito, o projeto busca estar próximo do usuário, a fim de facilitar o contato imediato com o objeto e, assim, estabelecer sua eficácia.

Figura 03 – Desfile de moda de marca de alta costura em Milão



Fonte: <https://www.italia.it/en/lombardy/milan/things-to-do/milan-fashion-district>

A moda também marca a história através da identidade que carrega; através das vestimentas, é possível apontar o período da história humana e até mesmo fantasiar como as pessoas podem vir a se vestir no futuro. 'Uma vez, Luís XIV afirmou que a moda é o espelho da história, e não se pode negar, pois conforme os cenários do mundo se alteram, a moda muda. Não há nada que esteja acontecendo hoje que não possa influenciar a maneira de vestir das pessoas. E a história da vestimenta pode nos fornecer uma visão panorâmica da importância que o vestuário assumiu ao longo do tempo e de como a cultura predominante em cada momento o influenciou' (EMBACHER, 1999, p. 27). Portanto, é possível observar, por meio da moda, um reflexo do contexto histórico, como ilustra a imagem a seguir.

Figura 04– Linha do tempo da história da moda de 1090 á 2010

Fonte: <https://noticias.esquemaimoveis.com.br/evolucao-moda/>

Assim, é possível compreender que moda vai além de roupa, e para ajudar na construção visual podemos dividir a moda em dois grandes seguimentos sendo eles; vestuário que não é tão relevante para este trabalho e acessórios de moda, o qual precisa-se aprofundar.

3.2.1 Acessórios de moda.

Segundo Lehnert (2001, p.112) “acessórios destinam-se a complementar a indumentaria”. Pode-se definir acessório de moda como um item secundário, à parte do conjunto, geralmente usado para complementar, realçar, fixar ou personalizar uma peça de roupa. Tratam-se de objetos como bolsas, sapatos, lenços, joias e outros.

Esses itens são fundamentais para aprimorar a estética do traje e refletir o estilo pessoal do indivíduo, ou seja, são veículos de expressão pessoal (figura 5). Portanto, pode ocorrer uma redefinição de um acessório de moda de uma função utilitária para uma função estética, geralmente ressignificado através do poder da mensagem que aquele acessório é capaz de passar.

Figura 05 – Trend Wearing vs Styling, mostrando a diferença dos acessórios na roupa.



Fonte: <https://www.instagram.com/reel/C04Zf5GOoWX/?igsh=ZTgxOGpla2k0NTRs>

Os adornos fazem parte do grupo de acessórios de moda e foram criados pelo homem primitivo. Segundo Ugolotti (2002) acreditava-se que os primeiros artistas da história da humanidade encaravam suas obras como um apelo lançado aos deuses que adoravam, pedindo pela proteção dos vivos, e também com muita frequência pelos seus mortos. O autor enfatiza que os primeiros povos relacionavam os adornos ao misticismo, acreditavam em deuses e que poderiam protegê-los através dos adornos, como amuletos sagrados.

Para garantir um resultado do projeto, é preciso que o usuário tenha uma certa conexão com o objeto. E para sua funcionalidade, é fundamental a interação através dos sentidos humanos. Segundo NORMAN (2008) em sua pesquisa sobre design emocional, o evento de odiar ou gostar de objetos, visando projetar afim de favorecer experiências agradáveis, onde busca-se projetar com foco na emoção do usuário. Além de forma física e funções mecânicas, os objetos assumem “forma social” e “função simbólica” (NORMAN, 2008. P11). O design emocional utiliza-se dos sentidos (visão, audição, tato, olfato) para desenvolver estímulos. Logo, o projeto deve se atentar aos sentidos citados e buscar trabalhá-los, pois é através dessa pequena interação que os brinquedos e acessórios que ajudam a aliviar as tensões e baseiam sua eficácia.

3.2.2 Acessórios Antiestresse.

Com o aumento dos diagnósticos de ansiedade, procuram-se métodos alternativos e inovadores para o combate da ansiedade em jovens e crianças. A pioneira nesse recurso foi a psicanalista austríaca Melanie Klein, primeira a utilizar brinquedos na psicanálise

com crianças. Segundo ela, esses brinquedos ajudam determinados usuários a terem um alívio momentâneo das tensões, auxiliando no foco e gerando bem-estar, como mostra a imagem abaixo (figura 06).

Figura 06 – Pop it – brinquedo para inquietação de silicone com bolhas para empurrar.



Fonte: <https://gq.globo.com/shopping/noticia/2021/08/fidget-toys-brinquedos-para-adultos-estressados-e-ansiosos.ghtml>

Esses brinquedos obtiveram um grande interesse do público, segundo o site Co.lab, a pesquisa pelo termo “fidget toy¹”, no Brasil, cresceu exponencialmente desde dezembro de 2020, atingindo seu pico em julho de 2021. Esses brinquedos são ideias para transtornos sensoriais e de concentração, pois mantém as mãos ocupadas enquanto estimulam o foco, ajudam a acalmar e desestressar, pois, "o prazer e a alegria desse brinquedo fazem com que o neurotransmissor dopamina entre em ação, fornecendo a sensação de bem-estar" (LÓTERIO, 2020). Além de estimular áreas do cérebro que ativam sensações de bem-estar.

Segundo o site O Globo, Guimarães (2020) “Na verdade, qualquer atividade que envolva um trabalho manual faz com que a criança coloque o foco na brincadeira, minimizando os efeitos da ansiedade no organismo, pois ela transfere a tensão para o que está fazendo”. A coleção de acessórios de moda pretende ajudar os portadores na distração, de tal modo que obtenham um alívio do estresse do dia-a-dia, evitando que se torne excessivo, buscando assim amenizar os sintomas leves de ansiedade, como a inquietação e a perda de concentração. O produto deve proporcionar melhorias no sentimento de bem-estar e concentração; dessa forma, o acessório trará para o usuário um conforto e alívio diante a situação.

¹ “fidget toys” são brinquedos da inquietação. São antiestresse, geralmente coloridos, exigem movimentos repetitivos e trabalham os sentidos das crianças – Unimed 2021

4 PROJETO DA COLEÇÃO MARAJOARA ZEN.

A partir do aporte teórico, que levantou as informações mais importantes sobre o tema, como a ansiedade no meio acadêmico, seu surgimento e como afeta o desempenho dos estudantes universitários, também sobre a moda, e como influencia e se comunica através da linguagem visual. Além disso, a moda é dividida entre vestuário e acessórios de moda, que ainda são separados entre utilitários e estéticos. Por fim, abordou-se sobre os acessórios antiestresse que visam promover alívio e ajudar a manter o foco e acalmar através da interação. Através de todas essas informações, inicia-se o projeto seguindo as metodologias selecionadas para a construção do projeto.

Aqui iniciou-se a fase de projeto, segundo MUNARI (2015) “É necessário, portanto, começar pela definição do problema, que servirá também para definir os limites dentro dos quais o projetista deverá trabalhar”. O autor guia os primeiros passos com a etapa inicial do projeto.

O problema surgiu devido à falta de maior acessibilidade de agentes pacificadores para sintomas leves de ansiedade. Portanto, para solucionar este problema, busca-se projetar uma coleção de acessórios de moda que seja capaz de oferecer um alívio momentâneo para pessoas que possuem ansiedade no meio acadêmico. Além disso, pretende-se selecionar materiais confortáveis e de baixo custo para facilitar a acessibilidade ao produto para os estudantes.

4.1 BRIEFING.

Segundo Munari (2015), esta é a etapa pela qual deve-se iniciar o projeto, uma vez que serve para determinar os limites dentro dos quais é permitido ao projetista trabalhar. Dessa forma, a fim de concretizá-la, fez-se uso do briefing.

Segundo Phillips (2007), essa etapa tem como objetivo guiar o processo do projeto por meio da divulgação de informações pertinentes. Assim, serão expostos os componentes do problema e o público-alvo.

O briefing do trabalho consiste no projeto de acessórios de moda para o auxílio de terapias aplicadas pelos profissionais da área da saúde, para os estudantes universitários, principalmente afetados no período de pandemia e pós-pandemia. Eles se tornaram mais ansiosos e se sentiram mais sobrecarregados devido a questões como insuficiência acadêmica, demandas de trabalho, além da conclusão do curso.

4.2 COMPONENTES DO PROBLEMA.

Independente do problema, é necessário que ele seja dividido em vários componentes facilitando então o projeto, pois, dessa maneira, evidenciam-se menores problemas que posteriormente poderiam atrapalhar o avanço. (MUNARI, 2015). Para chegar à resolução do problema é necessário separar em subgrupos, como apresentado pelo quadro a seguir.

Quadro 02 – Definição dos componentes do problema identificados no projeto.

Problema	Criação de acessórios de moda terapêuticos com elementos que contribuam para amenizar a ansiedade no dia a dia da vida acadêmica.
Componente 1	Análise de concorrentes - acessórios de moda terapêuticos.
Componente 2	Selecionar tipos e elementos para criação - que contribuam para amenizar a ansiedade.
Componente 3	Identificar o público alvo – envolvidos no dia a dia da vida acadêmica.

Fonte: Autoras, 2023

4.3 COLETAS DE DADOS

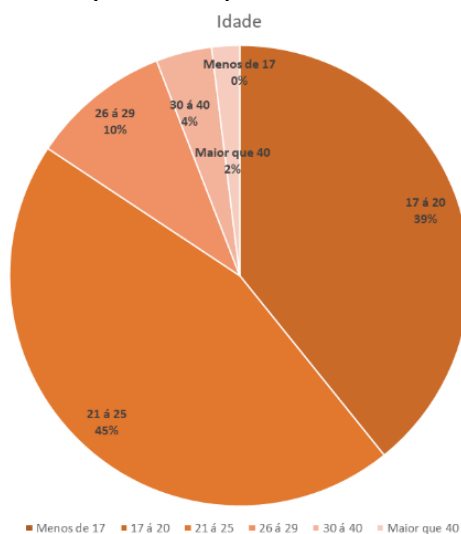
A coleta de dados é um processo fundamental, pois através dele capta-se informações geradas pelas pessoas por meio de formulários online, e que servirão de material para o planejamento de estratégias que se adequarão aos resultados coletados, portanto, abaixo seguem as coletas, resultados e conclusões que foram realizados.

4.3.1 Público Alvo.

Para MAGNUS (2006) o perfil traçado para o público alvo deve ser especificado através de texto, imagem e entre outros, para reforçar o público a ser atingido. A definição do público foi feita como primeira etapa, uma pesquisa através do Google Forms, distribuídos por grupos de *Whatsapp*, obtendo 51 participantes, dentre eles estudantes da UEPA, Estácio, Unama, UFPA e de outras universidades fora do estado do Pará, o questionário continha as seguintes perguntas e respostas, ao público universitário elencado:

4.3.1.1 Qual é a sua faixa etária? Resposta na figura 07.

Figura 07 – Pergunta do questionário para definir a idade majoritária do público alvo



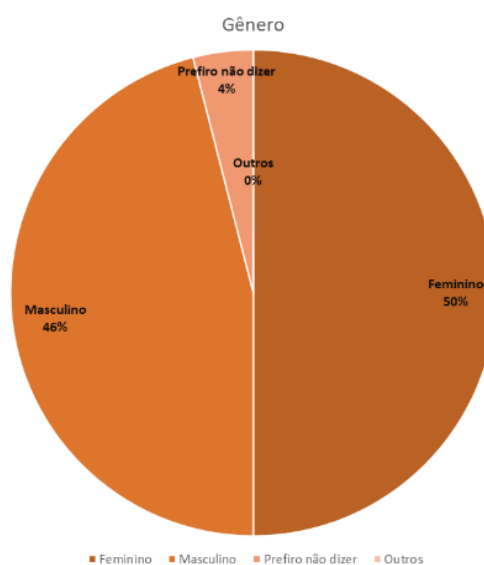
Fonte: Autoras, 2023

Obtivemos os seguintes resultados; não tivemos pessoas abaixo dos 17 anos de idade, 39% de pessoas entre 17 e 20 anos, 45% entre 21 e 25 anos, 10% entre 26 e 29 anos, 4% entre 30 e 40 anos e 0% maior que 40 anos.

Dados retirados da pesquisa mostram que a faixa etária majoritária dos participantes da pesquisa possuem entre 21 a 25 anos, com essas informações pode-se buscar estéticas e gostos populares desse grupo.

4.3.1.2 Qual é o seu gênero. Resposta na figura 08.

Figura 8 – Pergunta do questionário para definir o gênero majoritário do público alvo

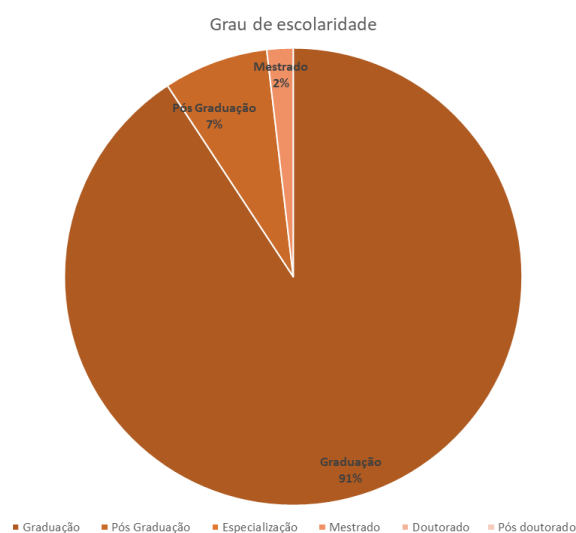


Fonte: Autoras, 2023

Os resultados são: público feminino 50%, masculino 46%, pessoas que preferiram não declarar 4%. Portanto, aqui entende-se que podem ser feitos acessórios para todos os gêneros, pois a diferença entre a porcentagem foi baixa.

4.1.1.1 Qual é o seu grau de escolaridade? Resposta na figura 09.

Figura 9 – Pergunta do questionário para definir o grau de escolaridade majoritário do público alvo

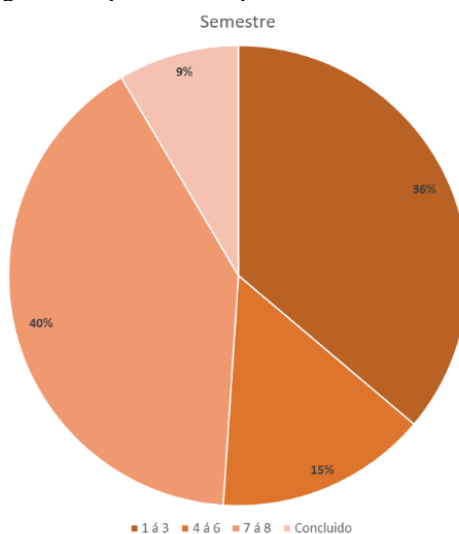


Fonte: Autoras, 2023

Os maiores níveis de são de graduação com 91%, pós graduação 7% e mestrado com 2%. Os outros graus de escolaridade não tiveram resultados, desta feita a graduação apresenta-se como nicho preferencial.

4.3.1.3 Qual é o seu semestre. Resposta na figura 10.

Figura 10 – Pergunta do questionário para definir o semestre majoritário do público alvo.



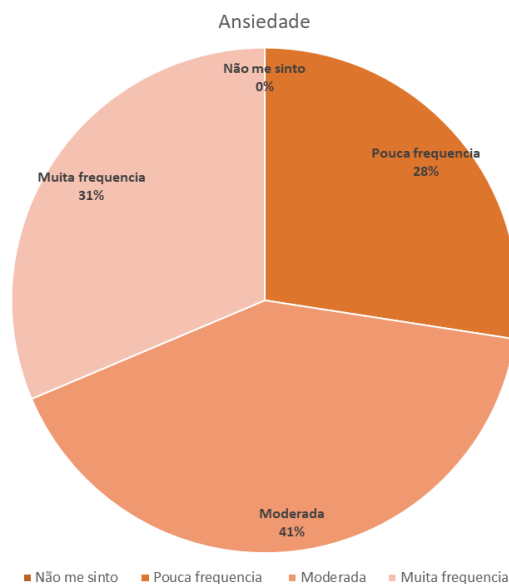
Fonte: Autoras, 2023

A maioria do público alvo está entre 1° a 3° semestre com 36 %, de 4° a 6° semestre com 15%, 7° a 8° semestre de 40% e estudante concluintes 9%.

4.3.1.4 Qual frequência você se sente ansioso(a) no ambiente acadêmico?

Resposta na figura 11.

Figura 11 – Pergunta do questionário para descobrir a frequência de ansiedade no ambiente acadêmico do público alvo.



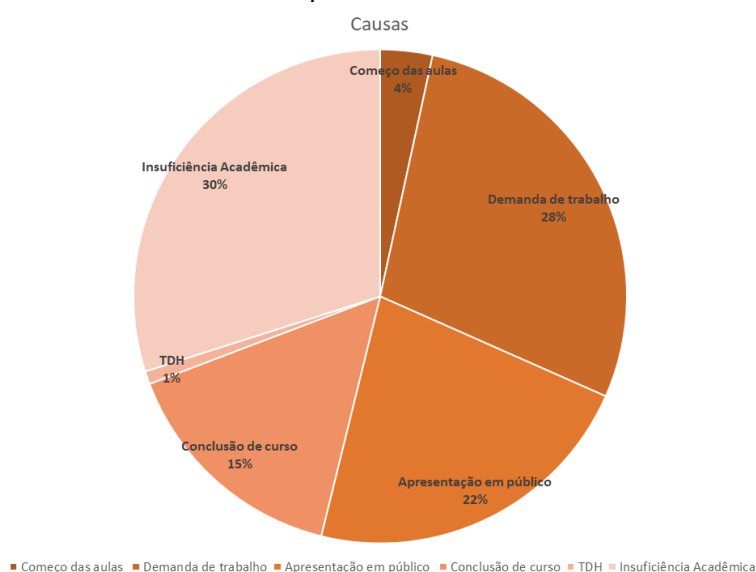
Fonte: Autoras, 2023

Pessoas que não sente ansiedade no meio acadêmico é de 0%, os que têm pouca frequência foram de 28%, moderada foram de 41%, e com muita frequência foram de 31%. Portanto, todos os participantes afirmaram se sentirem ansiosos no ambiente acadêmico.

4.1.1.2 Qual é a causa da sua ansiedade durante as atividades acadêmicas?

Resposta na figura 12.

Figura 12 – Pergunta do questionário para descobrir a causa da ansiedade no ambiente acadêmico do público alvo.



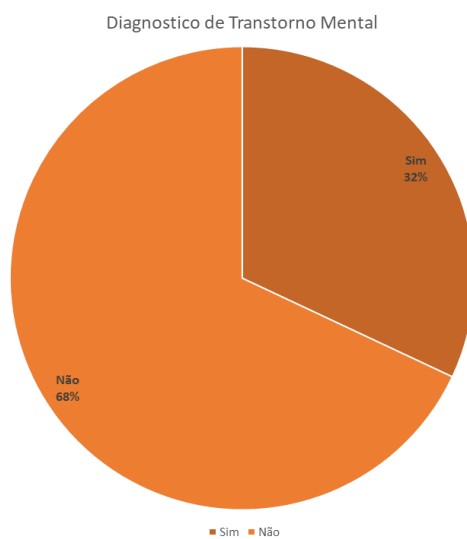
Fonte: Autoras, 2023.

As principais causas apontadas para a ansiedade no meio acadêmico apresentada pelos estudantes foram; demandas de trabalho com 28%, seguida de apresentação em público com 22%, conclusão de curso com 15%, sentimento de insuficiência acadêmica (sentimento de não conseguir adquirir conhecimentos e habilidades durante o curso) 30%, começo das aulas com 4%, e TDH com 1%.

É possível concluir que cerca de metade dos estudantes que participaram da pesquisa associam a causa da ansiedade diretamente as atividades acadêmicas ligadas a universidade, sendo essas atividades trabalhos apresentados em público, ou não. Nesse sentido, é necessário encontrar uma maneira de amenizar esse sentimento dos estudantes por intermédio de algo que esteja disponível facilmente no momento em que estiverem vulneráveis e precisem lidar sozinhos com a situação.

4.1.1.3 *Você possui diagnostico de algum Transtorno Mental?* Resposta na figura 13.

Figura 13 – Pergunta do questionário para descobrir se público alvo possui diagnostico de transtornos mentais.

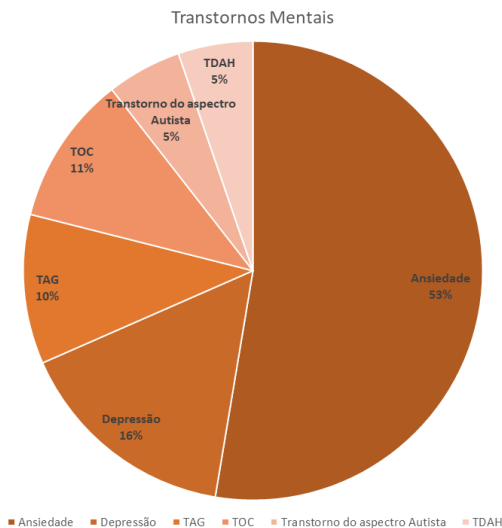


Fonte: Autoras, 2023.

Cerca de 32% afirmaram que possuem transtornos mentais, e 68% afirmaram que não.

4.1.1.4 *Se sim, qual seria?* Resposta na figura 14.

Figura 14 – Pergunta do questionário para descobrir quais são os transtornos mentais público alvo.



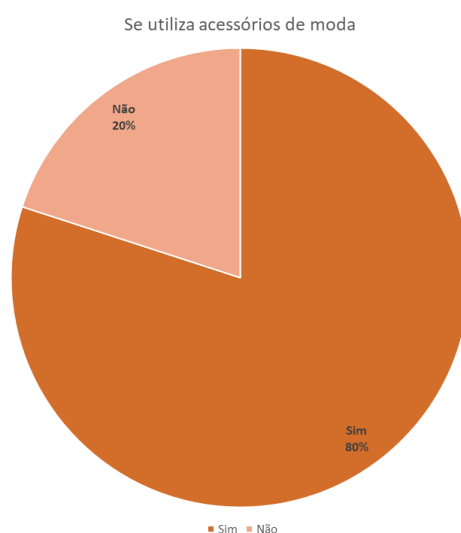
Fonte: Autoras, 2023.

Cerca de 53% das pessoas afirmaram possuir Transtorno de ansiedade, 16% afirmaram ter depressão, 10% possuem TAG (Transtorno de Ansiedade Generalizada), 11% afirmaram ter TOC (Transtorno Obsessivo Compulsivo), 5% estão dentro do espectro autista e 5% possuem TDAH (Transtorno do Déficit de Atenção com Hiperatividade).

Pode-se observar que mais da metade (cerca de 63%) dos estudantes participantes da pesquisa com transtornos mentais apresentam transtornos ligados diretamente a ansiedade (seja em grau leve ou elevado), os outros transtornos podem apresentar sintomas semelhantes ao da ansiedade, tendo isso em vista, o projeto deve buscar amenizar esses sintomas que sejam ou que apresentam semelhanças.

4.1.1.5 *Você costuma usar acessórios de moda?*

Figura 15 – Pergunta do questionário para descobrir se o público alvo usa acessório de moda.



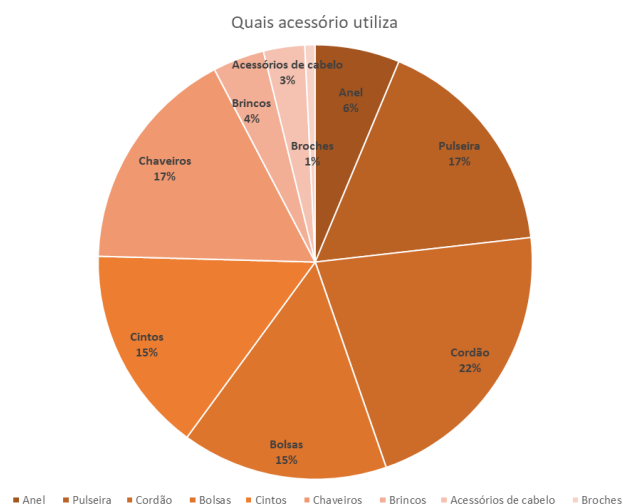
Fonte: Autoras, 2023.

Pessoas que afirmaram que utilizam acessório são 80% e que não utilizam são 20%.

A pesquisa aponta que 80% dos participantes declaram que utilizam acessórios de moda, ou seja, estão familiarizados com esses objetos presentes ao corpo. Com esse resultado pode-se estimar que esse grupo se torne potenciais usuários do produto.

4.1.1.6 *Quais acessórios de moda você mais utiliza?* Resposta na figura 16.

Figura 16 – Pergunta do questionário para descobrir se o público alvo usa acessório de moda.



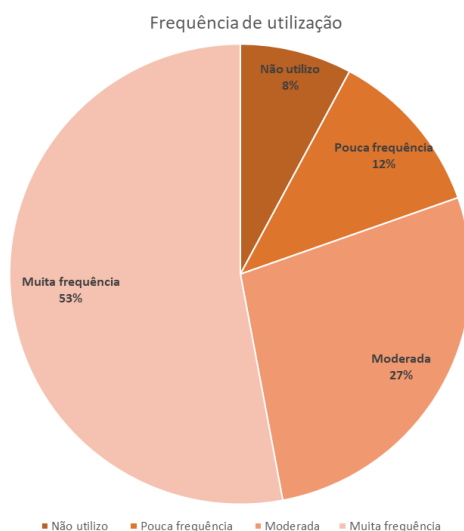
Fonte: Autoras, 2023

Os acessórios que mais utilizados apontados pelo público alvo foram, cordão com 22%, pulseira e chaveiros com 17%, bolsas e cintos com 15%, os demais menos utilizados, sendo eles brincos com 4%, acessório de cabelo 3%, anel com 6% e broche com 1%.

Através dessa coletada de dado é possível observar os tipos de acessórios de moda que os participantes mais usam e quais usam, dentre eles acessórios corporais utilitários e estéticos, também possuem acessórios estéticos para outros acessórios como chaveiros.

4.1.1.7 Com qual frequência você utiliza esses acessórios? Resposta na figura

Figura 17 – Pergunta do questionário para descobrir qual a frequência que utilizam acessório de moda.



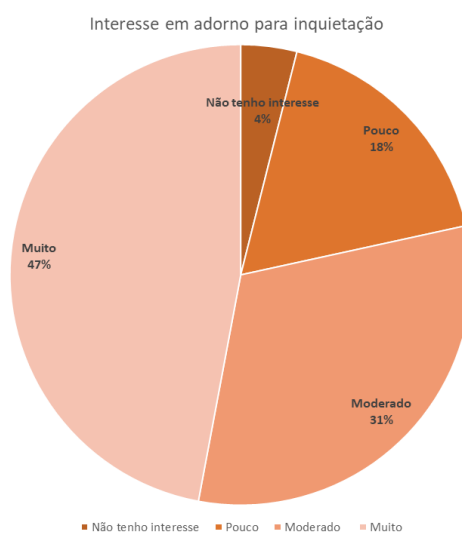
Fonte: Autoras, 2023.

Pessoas que não utilizam são 8%, utilizam com pouca frequência são 12%, moderada com 27% e muita frequência 53%.

Assim, é possível concluir que a maioria dos estudantes participantes da pesquisa utilizam acessórios de moda com uma frequência considerável. Portanto, é importante avaliar os acessórios de moda como potenciais meios de solucionar o problema proposto, visto que esses são objetos que estão sempre ao alcance do usuário a partir do momento em que o mesmo se dispõe a usá-lo.

4.1.1.8 *Qual seu interesse em um adorno que ajude na inquietação?* Resposta na figura 18.

Figura 18 – Pergunta do questionário para saber se o público alvo possui interesse em acessórios para inquietação.



Fonte: Autoras, 2023.

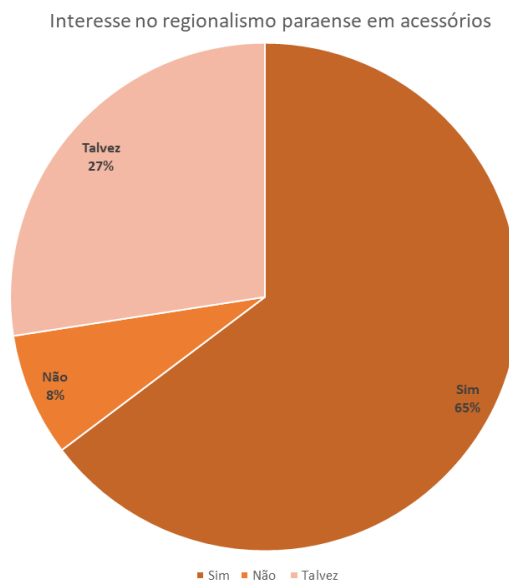
Cerca de 4% declaram não ter interesse, 18% afirmaram ter pouco interesse, 31% moderado, 41% afirmaram ter muito interesse.

Conclui-se que cerca de metade dos estudantes participantes da pesquisa mostram interesse em um adorno que ajude na inquietação, revelando a possibilidade de ser um produto que atraia a atenção dos estudantes e que, principalmente, melhore o bem estar dos mesmos no meio acadêmico.

4.3.1.13 *Você tem interesse em acessório que remetem ao regionalismo paraense?*

Resposta na figura 19.

Figura 19 – Pergunta do questionário para saber se o público alvo possui interesse no regionalismo paraense.



Fonte: Autoras, 2023.

Pessoas que afirmaram que teriam interesse em acessórios com regionalismo paraense são de 65%, que não teriam são de 8% e que talvez teriam são de 27%.

Os participantes em sua maioria são habitantes capital paraense, com esses resultados pode-se levantar a ideia de trabalhar com elementos regionais para trazer uma familiaridade dos usuários com referências ligadas a região norte.

5 ANÁLISE DE DADOS.

Análise de dados é o processo que possibilita a aplicação de técnicas para avaliar diversos tipos de informações. Dessa forma, a investigação, acompanhamento e a inspeção de informações resultam em estudos para a obtenção de novos conhecimentos.

5.1 ANÁLISE DE SIMILARES.

Para a análise de concorrência BAXTER (2000) destaca três objetivos. “Descrever como os produtos existentes concorrem com o produto previsto; identificar ou avaliar as oportunidades de inovação; fixar as metas do novo produto, para poder concorrer com os demais produtos” (BAXTER, 2000. P.131). Para a análise são selecionados outros projetos através de características semelhantes com o projeto em desenvolvimento, desta forma é possível identificar possíveis inovações (Quadro 03). A análise constitui-se de peças internacionais e nacionais retiradas de diversas fontes, analisando materiais, funcionalidade.

Quadro 03 – Quadro de similares na área de acessórios antiestresse

Produto	Materiais	Funcionalidade
	Silicone	O objetivo é pressionar as bolhas
	Alumínio	Tem como função o manuseio das miçangas
	Alumínio	O objetivo é o manuseio com as mãos
	Aço	O objetivo é girar a estrela de metal.
	Aço	O objetivo é girar a corrente central.
	Alumínio e plástico	O objetivo é manusear as miçangas
	Aço e plástico	O objetivo é girar o catavento
	Plástico e alumínio	O objetivo é apertar a tecla.
	Aço	O objetivo é girar a parte superior do anel.

Fonte: Adaptado pelas autoras, 2023

<https://m.pt.aliexpress.com/i/1005002473905931.html>, <https://pt.aliexpress.com/item/1005003468044182>.
<https://pt.aliexpress.com/i/1005002233013967.html>, <https://www.onecklace.net.au/spinning-fidget-ring-for-men/>, <https://abre.ai/hCUB>, <https://abre.ai/hCUe>, <https://pt.aliexpress.com/i/1005004379888204.html>,
<https://abre.ai/hCTu>, <https://abre.ai/hCTp>

6 CRIATIVIDADE.

Para Munari (2015) a fase de criatividade consiste em colocar no papel as ideias direcionadas ao projeto, surgidas a partir da coleta e análise de dados obtidos.

6.1 PAINEL DE INSPIRAÇÕES.

Segundo MAGNUS (2006) o painel deve conter o tema escolhido, não necessariamente compõe-se de imagens relacionadas a moda, tem como objetivo integrar

proposta. Portanto, foi produzindo um painel que busca representar o tema com objetos denominados para inquietação (figura 20).

Figura 20 – Quadro visual dos tipos de objetos para inquietação.



Fonte: Adaptado pelas autoras, 2023

https://br.freepik.com/search?format=search&last_filter=query&last_value=fidget+toy&query=fidget+toy

6.2 TÉCNICAS DE CRIATIVIDADE.

Na metodologia de Magnus (2006) essa etapa consiste em “deixar a criatividade livre para depois aprimorar as ideias”. Nessa etapa o autor sugere uma liberdade criativa para depois haver um refinamento das ideias. Porém para complementar esse processo foi adaptado uma etapa da metodologia do Baxter (2021).

6.2.1 Painéis criativos.

Para estimular a criatividade desenvolveu-se alguns painéis visuais dessa forma pode se definir melhor característica do projeto e assim desenvolver um produto que se encaixe a elas, método de Baxter (2021, p.190)

6.2.2 Painel do estilo de vida.

Neste painel buscou-se delimitar uma imagem do estilo de vida de possíveis futuros consumidores. As imagens procuram refletir padrões pessoais e sociais, além de refletir o tipo de vida desses consumidores (Figura 21). (BAXTER, 2021, p. 190)

Figura 21 – Quadro visual do estilo de vida do público alvo

Fonte: Adaptado pelas autoras, 2023
<https://br.freepik.com/search?format=search&query=ansiedade>

O propósito do painel é proporcionar uma visão do cotidiano dos estudantes universitários. Nesse sentido, destaca-se a intenção de enfatizar que a vida acadêmica pode desencadear uma série de desafios, tais como desânimo, ausência de motivação, sentimento de frustração, fadiga física e mental, além da pressão constante. Ademais, é fundamental enfatizar que essa dinâmica estudantil se manifesta também por meio de grandes demandas de trabalho, essas questões podem ir além do ambiente acadêmico, e se prolongar sobre o desenvolvimento pessoal, emocional e profissional dos universitários.

6.2.3 Painel da expressão do produto.

A partir do painel do estilo de vida, pretende-se identificar uma expressão para o produto. Essa expressão deve ser um breviário do estilo de vida dos consumidores. Ela representa a emoção que o produto transmite, ao primeiro olhar. (BAXTER, 2021, p. 190). Segundo a figura 22 abaixo:

Figura 22 – Quadro visual de representação e expectativas do produto



Fonte: Adaptado pelas autoras, 2023

<https://br.freepik.com/search?format=search&query=alivio%20>

<https://br.freepik.com/search?format=search&query=companhia>

O painel tem como objetivo retratar a expectativa associada ao produto, evidenciando sua capacidade de proporcionar um auxílio para os sintomas leves relacionados à ansiedade, busca transmitir uma perspectiva otimista em relação ao alívio e bem-estar, além de trazer uma sensação reconfortante de companhia, e de ajudar na concentração.

6.2.4 Painel do tema visual

A partir do painel da expressão do produto, organiza-se o painel do tema visual, juntando-se imagens de produtos que estejam de acordo com o espírito pretendido para o novo produto. (BAXTER, 2021, p. 191). Dessa forma foi montado um painel com varias referencias a cultura marajoara, como apresenta a figura 23 abaixo:

Figura 23 – Quadro visual de elementos culturais marajoaras



Fonte: Adaptado pelas autoras, 2023

<https://encurtador.com.br/akC59>, <https://encurtador.com.br/cJOT8>

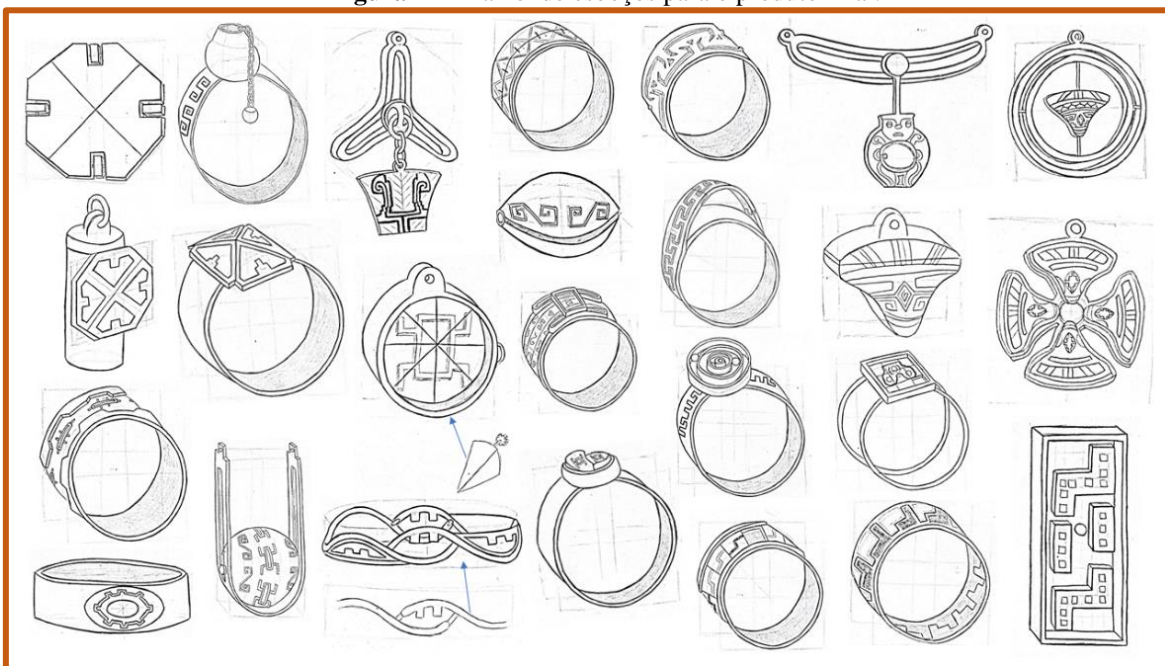
Os elementos da cultura marajoara oferecem uma ampla variedade de formas que podem ser exploradas para estimular o tato do usuário. Com elementos que incorporam tanto formas geométricas, como linhas retas, triângulos e quadrados, quanto formas mais orgânicas, como linhas curvas e círculos, há uma rica fonte de inspiração para texturas e formas que podem ser integradas à coleção.

6.2.5 Geração de alternativas.

Segundo MUNARI (2015, p. 60). Esta é a fase que vai agrupar os subproblemas que podem ser encontrados no projeto, no qual estes irão gerar soluções parciais para um modelo que pode vir a ser solução definitiva do problema.

Portanto, deu-se início a geração de ideias, que se propõe colocar as ideias em mente no papel a partir de esboços, como mostra a figura 24 a seguir:

Figura 24 – Painel de esboços para o produto final.

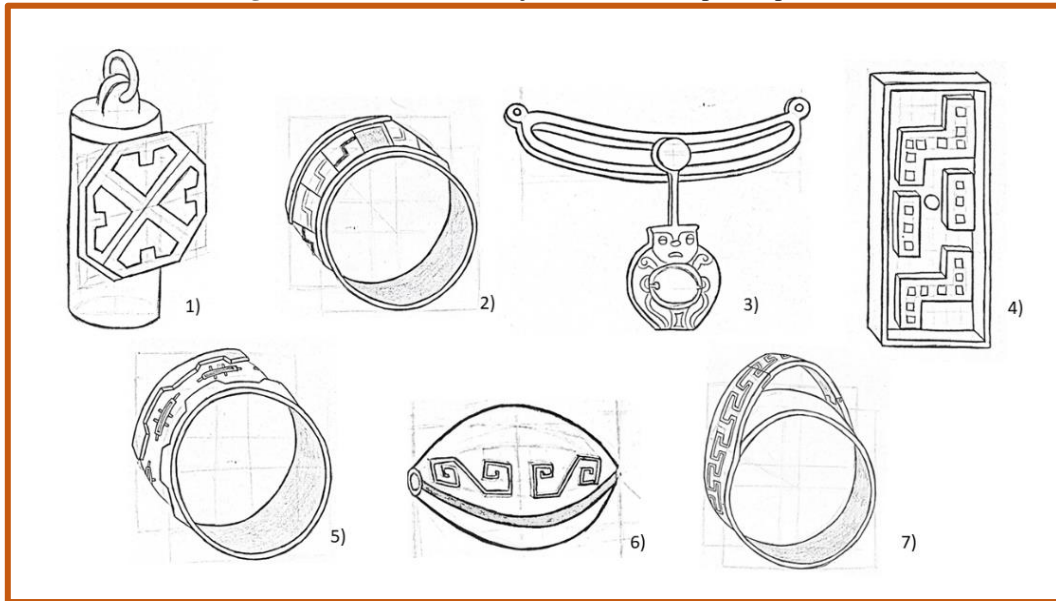


Fonte: Autoras, 2023

6.2.6 Desenho técnico e Ficha técnica

A partir da geração de alternativas, foram selecionados alguns esboços que mais se adequaram à proposta inicial do trabalho. Portanto, foram selecionadas as seguintes opções contidas na figura 25:

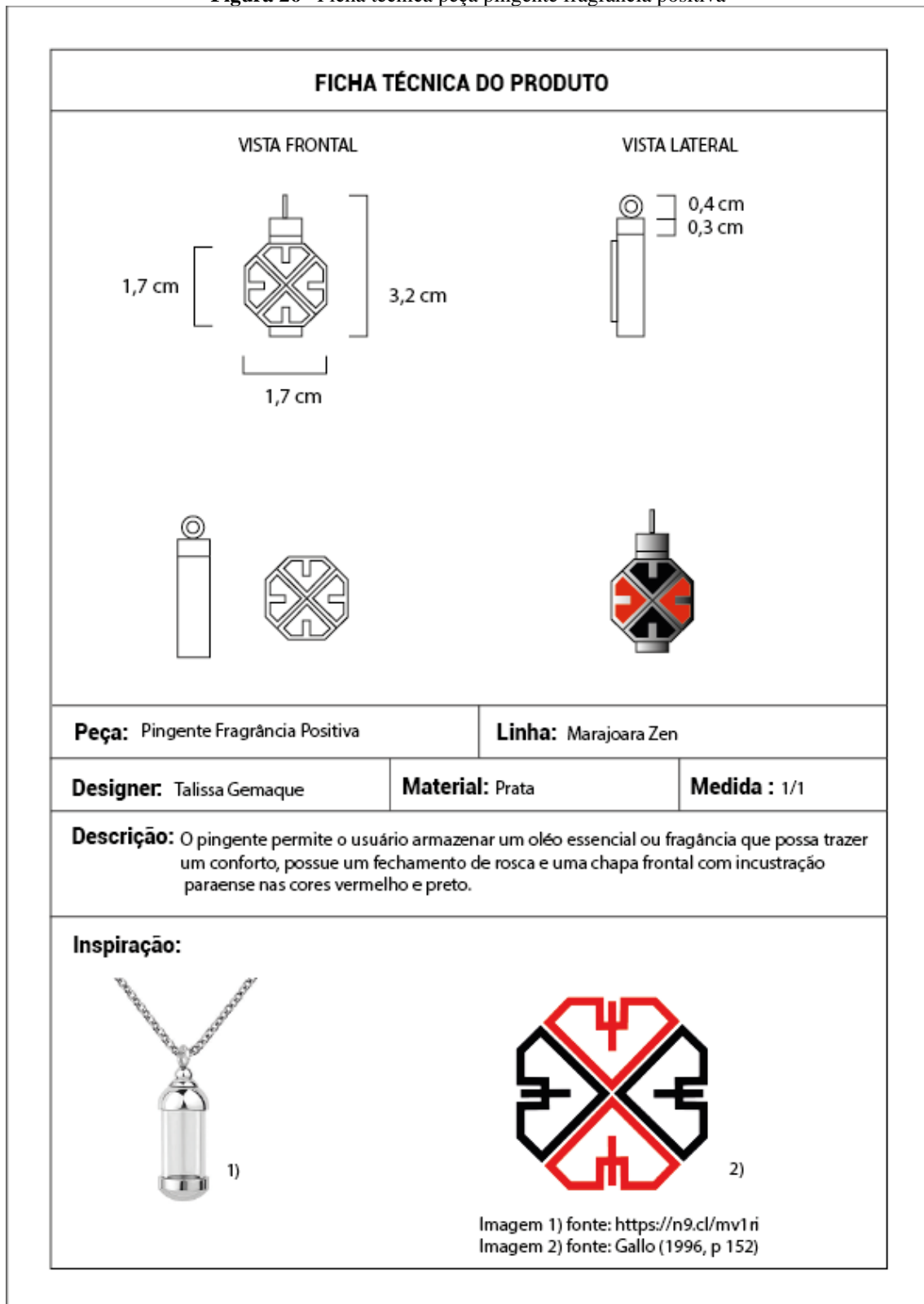
Figura 25 – Painel de esboços selecionados para o produto final.



Fonte: Autoras, 2023

Dessa forma, foram feitas fichas técnicas de cada peça, contendo informações fundamentais para a confecção através do trabalho do ourives. As fichas apresentam as medidas, o tipo de material, o tipo de acabamento, a paleta de cores, uma breve descrição sobre a peça, e no caso, as inspirações dos mecanismos idealizados para a funcionalidade dos acessórios. Ao final, as fichas técnicas (figuras de 26 à 32) são avaliadas e posteriormente é decidido qual representará a linha, para que seja confeccionado o protótipo.

Figura 26 –Ficha técnica peça pingente fragrância positiva



Fonte: Autoras, 2023

Figura 27 – Ficha técnica peça anel deslizantes

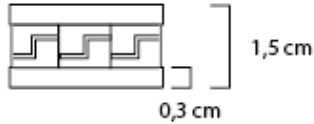
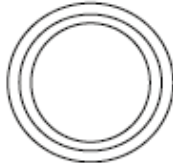




FICHA TÉCNICA DO PRODUTO		
<p>VISTA FRONTAL</p> 	<p>VISTA LATERAL</p> 	
		
Peça: Anel Deslizantes		Linha: Marajoara Zen
Designer: Talissa Gemaque	Material: Prata	Medida : 1/1
<p>Descrição: O anel permite o usuário deslize pequenas fases através do anel, possui incrustação paraense nas cores: vermelho, branco e preto</p>		
<p>Inspiração:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>1)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>2)</p> </div> </div> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;"> Imagem 1) fonte: https://n9.cl/ag31h Imagem 2) fonte: Gallo (1996, p 33) </p>		

Figura 28 – Ficha técnica peça colar vaso indígena deslizante

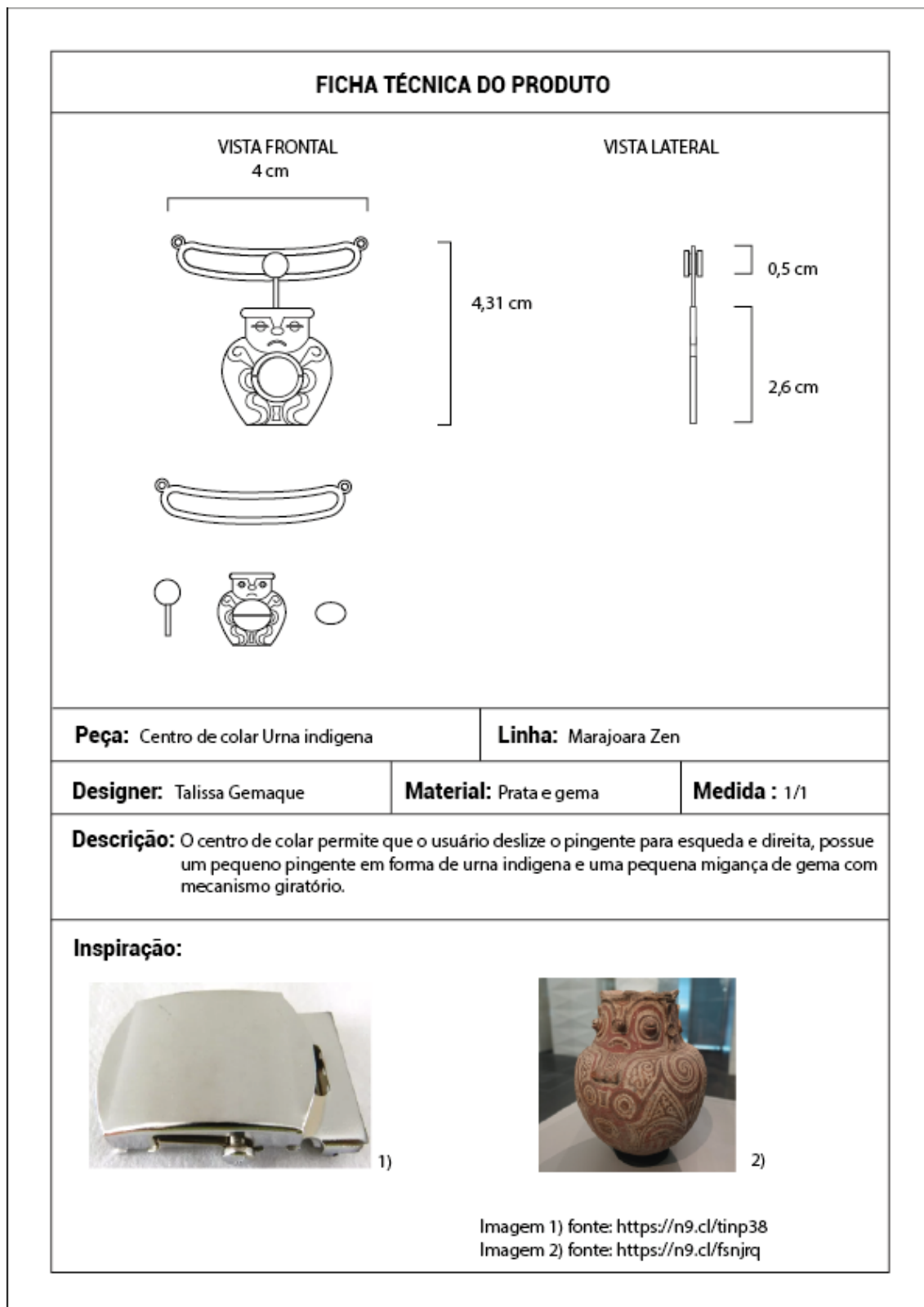


Figura 29 – Ficha técnica peça pingente labirinto

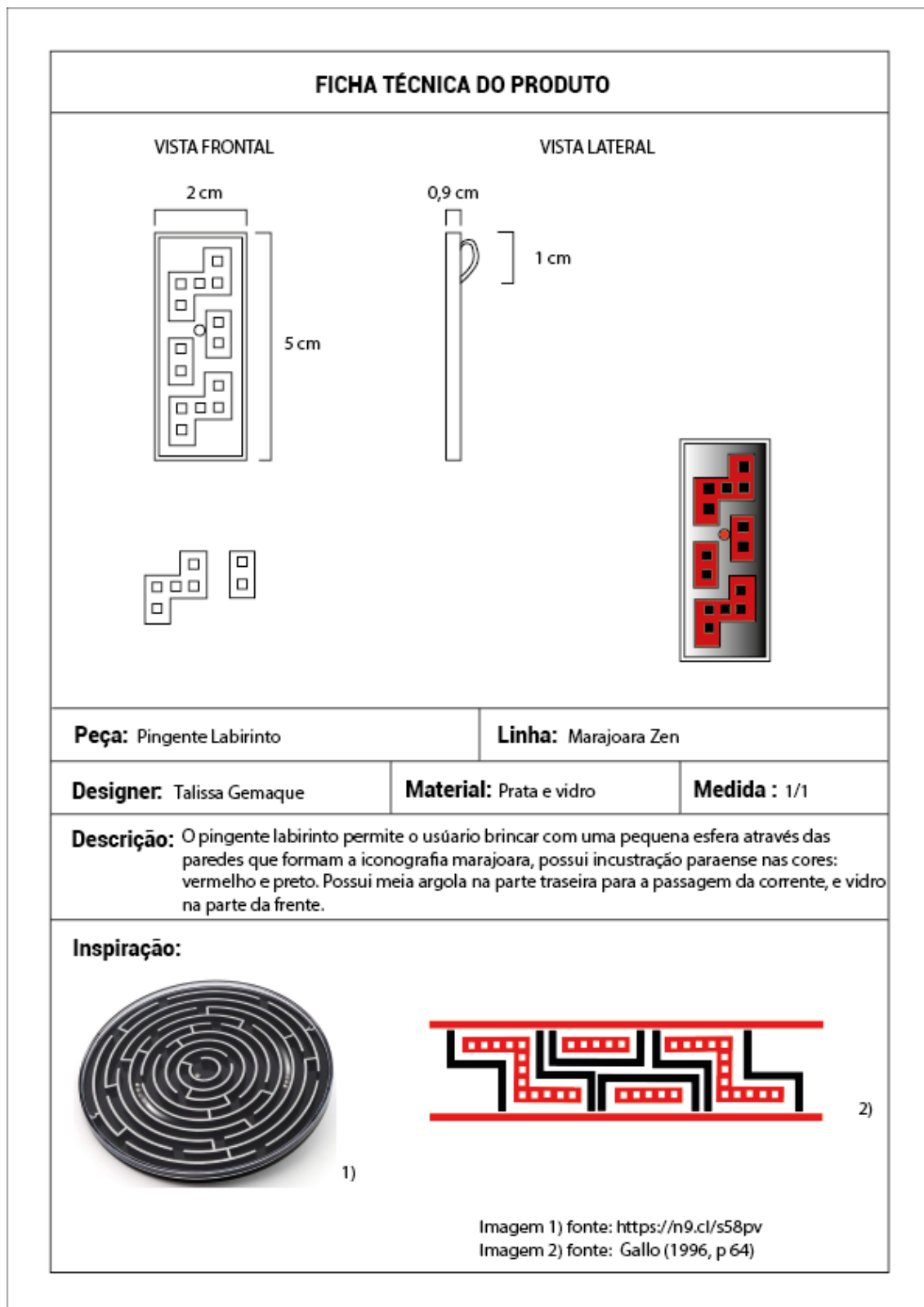


Figura 30– Ficha técnica peça anel dois rios.

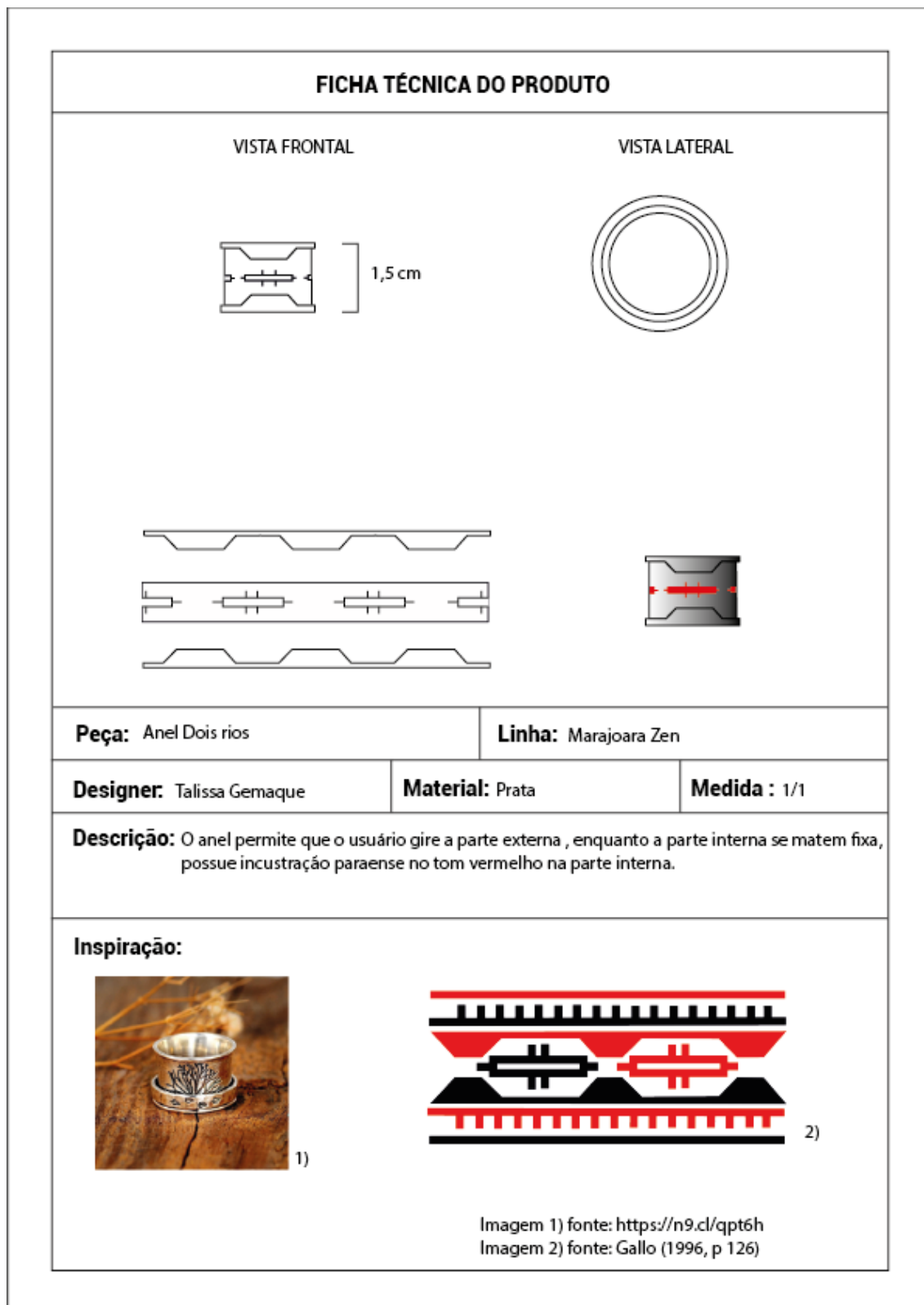


Figura 31 – Ficha técnica peça miçanga semente marajoara.

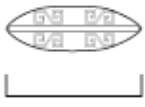

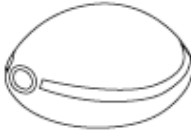










FICHA TÉCNICA DO PRODUTO		
<p>VISTA FRONTAL</p>  <p style="text-align: center;">2,3 cm</p>	<p>VISTA LATERAL</p>  <p style="text-align: center;">1,7 cm</p>	
<p>PESPECTIVA</p> 		
<p>Frente</p> 		<p>Verso</p> 
Peça: Miçanga Semente Marajoara		Linha: Marajoara Zen
Designer: Talissa Gemaque	Material: Prata	Medida : 1/1
<p>Descrição: Trata-se de elipses minerais com textura em alto relevo inspirada na iconografia marajoara, para formar uma pulseira de miçangas personalizada, possui incrustação paraense nas cores vermelho e preto.</p>		
<p>Inspiração:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>1)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>2)</p> </div> </div> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;"> Imagem 1) fonte: https://n9.cl/4sb96z Imagem 2) fonte: Gallo (1996, p 21) </p>		

Figura 32 – Ficha técnica peça anel relevo do norte.

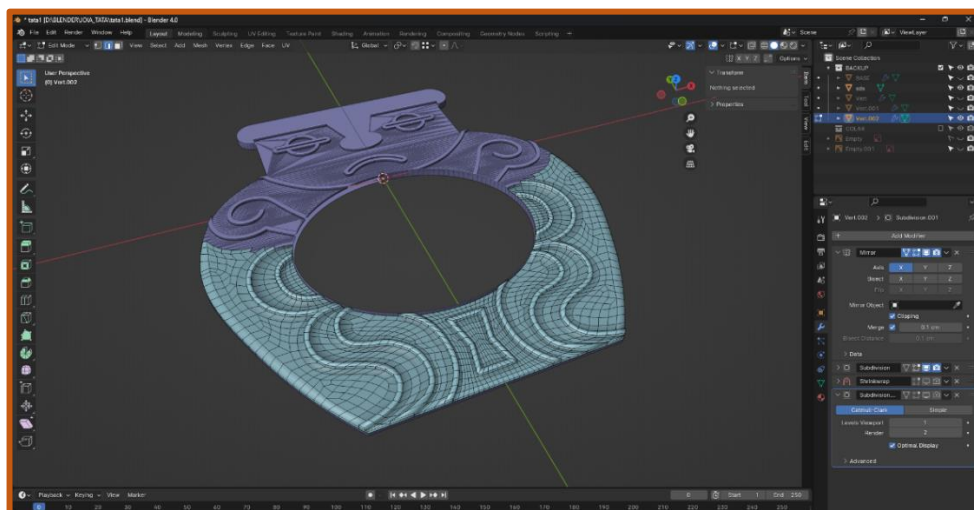
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO		
VISTA FRONTAL	VISTA LATERAL	
		
		
Peça: Anel Revelo do norte		Linha: Marajoara Zen
Designer: Talissa Gemaque	Material: Prata	Medida : 1/1
<p>Descrição: O anel permite que o usuário pressione a parte superior do anel que se desloca, possuindo o mesmo mecanismo de um mosquetão, possui iconografia marajoara em vermelho por toda a circunferência do anel.</p>		
<p>Inspiração:</p>		
 <p>1)</p>	 <p>2)</p>	
<p>Imagem 1) fonte: https://n9.cl/2jw94p Imagem 2) fonte: Gallo (1996, p 59)</p>		

7. MODELO 3D

O modelo 3D selecionado como representante da linha Marajoara Zen foi produzido a partir da ficha técnica 3. O centro do colar foi projetado com a funcionalidade que permite o deslizamento do pingente (vaso marajoara) de um lado para o outro, proporcionando uma experiência tátil intuitiva. Além disso, apresenta uma miçanga giratória, acrescentando um elemento adicional de interação.

O design foi concebido com o intuito de estimular dois tipos distintos de interação, visando auxiliar na concentração do usuário. Essa abordagem proporciona uma versatilidade de uso, tornando o colar Marajoara Zen não apenas uma peça esteticamente atraente, mas também uma ferramenta prática para aprimorar o bem-estar e o foco mental. Assim iniciou-se o processo de modelagem, como apresenta a figura 33 abaixo:

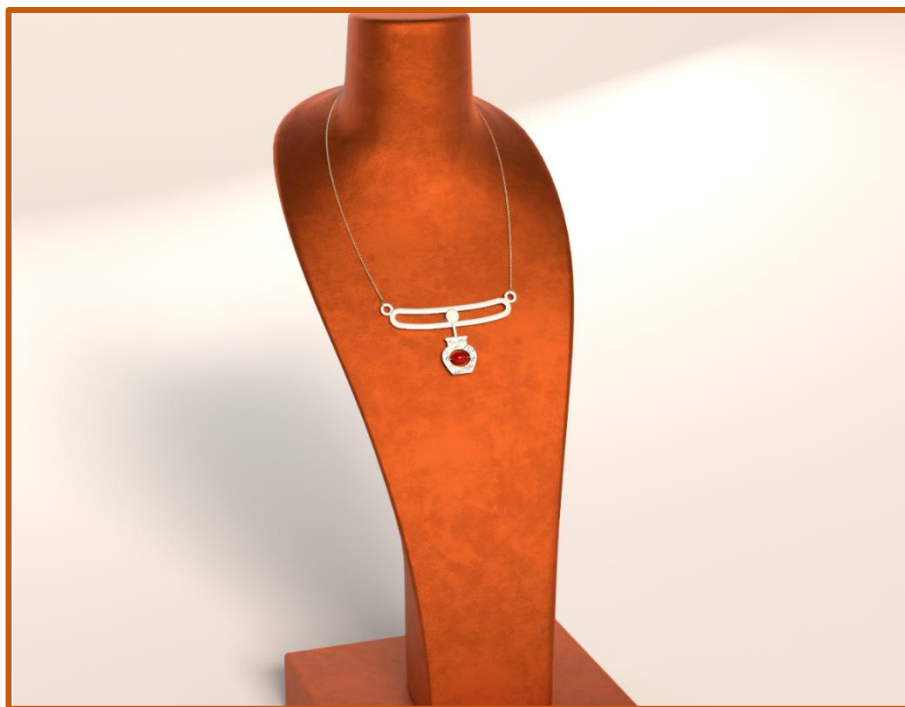
Figura 33 – Processo de modelagem do pingente.



Fonte: Autoras, 2023.

Para elaborar a representação do modelo em 3d é necessário construir a peça no programa, de Blender 3d. Nesse processo, utiliza-se as diversas ferramentas e recursos disponíveis no software para esculpir a forma desejada, e adicionando os detalhes, como os relevos da peça. Com isso, obtém-se uma imagem renderizada como mostra a figura 34 abaixo:

Figura 34– Modelo 3d do colar renderizado.



Fonte: Autoras, 2023

Após a conclusão da modelagem da peça no programa gráfico Blender 3D, o próximo passo consiste na incorporação dos materiais ao modelo, garantindo que sua representação seja fiel à concepção original. Nesse contexto, optou-se por empregar um material metálico em tonalidade de cinza para reproduzir a autenticidade da prata 925. Adicionalmente, outros elementos são introduzidos para enriquecer a composição do cenário, conferindo-lhe uma estética mais aprimorada.

No processo de refinamento, é possível ajustar a posição da câmera, responsável por capturar o cenário, e configurar a iluminação, ajustando sua intensidade para destacar os detalhes desejados. Essas etapas são cruciais para aprimorar a apresentação final da ilustração. Por fim, a fase de configuração do processo de renderização foi finalizado, desempenhando o papel de tornar realística da imagem de forma coesa, a partir de todas as configurações previamente estabelecidas. Assim, a imagem renderizada é finalizada como mostra a figura 35 a seguir:

Figura 35 – Representação em 3d do colar.



Fonte: Autoras, 2023

Concluindo o processo, exibe-se o resultado final do projeto através de uma representação em modelo 3D. Esta representação virtual serve como uma antecipação da configuração do produto, delineando com precisão todos os detalhes modelados. Essa fase marca o encerramento da etapa digital do projeto, abrindo caminho para a materialização física da peça.

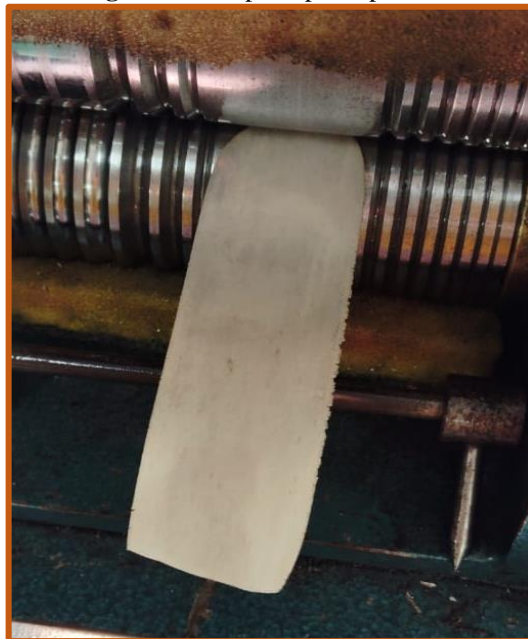
Na próxima etapa, o modelo virtual servirá como guia para a confecção do produto real, utilizando os materiais cuidadosamente planejados e idealizados anteriormente. Esta transição do virtual para o físico permite uma fidelidade entre a concepção inicial e o produto final, assegurando que cada detalhe e especificação do modelo 3D seja reproduzido de maneira precisa.

8. PRODUÇÃO DA PEÇA

A fabricação da peça foi realizada pelo ourives Edinaldo Pereira, as etapas do processo foram registradas pelo próprio ourives. A seguir, os principais passos para a confecção do centro de colar vaso deslizante, peça representante da coleção.

Primeiramente, a prata é fundida e depois é passada pelo laminador diversas vezes para formar a chapa e atingir a espessura desejada, como apresenta a figura 36.

Figura 36 – A prata passa pelo laminador.



Fonte: Autoras, 2023

A seguir, cola-se sobre a chapa um recorte de papel, com o desenho da peça. O ourives utiliza uma serra e dessa forma corta o formato e outros detalhes. A figura 37 demonstra o processo.

Figura 37 – Recorte da peça na chapa de prata



Fonte: Autoras, 2023

Posteriormente, algumas partes são soldadas como os elos, e a parte superior do colar precisa ser soldada com duas partes iguais, uma frontal e outra traseira, para tornar funcional o principal mecanismo da peça. Outra camada foi soldada no pingente para

formar o baixo relevo, evidenciando os detalhes que adornam o centro, como mostra a figura 38.

Figura 38 – Soldagem das peças



Fonte: Autoras, 2023

Por fim, a peça é lixada e depois passa pelo processo de polimento e fixação da pedra para o segundo tipo de interação que o colar possui, permitindo que a pedra seja girada no eixo. A seguir a figura 39 apresenta o resultado final da peça.

Figura 39 – Foto da Peça final



Fonte: Autoras, 2023

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência desse trabalho proporcionou a compreensão sobre a temática da saúde mental, especialmente em relação à ansiedade. Além do aspecto criativo e estético, o foco na produção de acessórios de moda tomou uma abordagem utilitária, visando atender às necessidades específicas do público-alvo. Durante a criação da coleção, buscou-se selecionar diferentes tipos de interações complementares como: tátil, visual e olfativa, proporcionando aos usuários a capacidade de escolher a opção mais adequada para seus sintomas e que melhor alinhasse ao seu bem-estar.

A abordagem consciente da relação entre moda e bem-estar mental reflete não apenas a estética visual, mas também uma atenção cuidadosa pelos benefícios funcionais dos acessórios. Com o compromisso de criar produtos que adornem e que proporcionem suporte real e personalizado aos usuários, contribuindo para o seu bem-estar emocional e mental.

No processo de concepção da coleção, buscou-se referências dentro do cenário regional, com o intuito de enaltecer e valorizar a rica identidade paraense. Nesse contexto, a inspiração foi direcionada para os grafismos marajoara, que representa uma nação indígena que habitou a ilha de Marajó há milhares de anos. A herança cultural desse grupo se manifesta através das peças de cerâmica ornamentadas, repletas de detalhes refinados, e uma paleta de cores características do material da região norte.

A riqueza cultural do grafismo, permeada por simbolismos e tradições, foi cuidadosamente reinterpretada e incorporada aos acessórios de moda, uma narrativa cultural que ressalta a importância dessa população da Amazônia paraense na coleção Marajoara Zen.

Dessa forma, cada peça da coleção não é apenas um acessório de moda, mas uma expressão tangível da herança cultural marajoara. Essa abordagem visa criar produtos visualmente cativantes, também homenagear e preservar a rica história e arte desse povo indígena. A coleção Marajoara Zen incorpora elementos estéticos, e também se torna uma ponte entre a tradição e a contemporaneidade.

A combinação de métodos projetuais revelou-se tecnicamente viável para a construção do projeto, proporcionou uma estrutura que orientou cada etapa do processo de concepção, planejamento e execução. Além disso, as referências pesquisadas, tanto na área de saúde mental quanto na área da cultura material indígena contribuíram para

execução do projeto e facilidade de confecção do protótipo pois faz parte do universo fabril dos ourives locais.

Finalmente, foram realizadas necessárias pesquisas em sites para consultar tutoriais em vídeos específicos sobre modelagem no programa Blender 3D, onde se adquiriu-se experiência práticas com processos de modelagem no ambiente digital e técnicas avançadas de renderização. Portanto, o projeto atuou como uma grande oportunidade de aprendizado.

Embora o foco primordial do projeto seja a concepção de uma coleção de acessórios de moda destinada a auxiliar os usuários em sintomas leves de ansiedade, ressalta-se que o produto não deve ser encarado como um substituto para tratamentos profissionais nem como uma solução totalmente eficaz em situações de crises e sintomas mais graves sendo necessário, sempre uma equipe multidisciplinar para os métodos adequados onde o designer tem o papel de materializar produtos para contribuir com essa área da saúde mental, neste trabalho os acessórios desenvolvidos foram pensados para auxiliar no cotidiano oferecendo uma funcionalidade destinada a promover uma sensação de bem-estar e foco, impactando na qualidade de vida do público-alvo.

Finalmente, o uso do produto conscientemente reforça a importância da utilização equilibrada do acessório, destacando também seu valor como parte integrante do guarda-roupa contemporâneo, concebido para unir moda e a funcionalidade de forma inovadora e diferenciada.

Como sugestão para novas pesquisas, indica-se diversificar os acessórios de moda aliados ao vestuário visando a saúde mental, devido a relação entre ambos de complementação do look para que os usuários tenham possibilidades diversificadas de atenuar os sintomas tratados nesse trabalho.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, Elisabete. Fidget Toys: **brinquedos para adultos estressados e ansiosos**. GQGloboShopping, 2021. Disponível em: <https://gq.globo.com/shopping/noticia/2021/08/fidget-toys-brinquedos-para-adultos-estressados-e-ansiosos.ghtml> acesso em: 17 de julho de 2023.
- ALMEIDA, Mariana Brito de; ALMEIDA, Nayara Brito de. **Desenvolvimento de uma linha de bolsas como produto de moda**. Brasília, 2014.
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). DSM III: **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders**. Artmed, Edição: 5, Local de Publicação: Porto Alegre, Ano de Publicação: 2014.
- AZEVEDO, Evelin. **Os sete brinquedos que fazem bem para o cérebro de crianças e adultos**. O Globo, 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saude/bem-estar/noticia/2022/05/os-sete-brinquedos-que-fazem-bem-para-o-cerebro-de-criancas-e-adultos.ghtml>. Acesso em: 17 de novembro de 2023.
- BAITELLO JR, N. **O tempo lento e o espaço nulo**. Mídia primária, secundária e terciária. In: FAUSTO N. (Org.). *Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BAXTER, Mike R. **Projeto de Produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 2000.
- BMB TERAPEUTICOS. Autismo e recursos sensoriais: **brinquedos sensoriais fidget stim toy**. Disponível em: <https://www.bmbterapeuticos.com.br/categoria-produto/autismo-e-recursos-sensoriais/brinquedos-sensoriais-fidgets-stim-toys/>: Acesso em: 18 de maio de 2023
- CASTILLO, A. R. G.; RECONDO, R.; ASBAHR, F. R.; MANFRO, G. G. **Transtornos de ansiedade**. Revista Brasileira de Psiquiatria, 2000; 22, 20-23.
- CARVALHO, E. A.; BERTOLINI, S. M. M. G.; MILANI, R. G.; MARTINS, M. C. **Índice de ansiedade em universitários ingressantes e concluintes de uma instituição de ensino superior**. Ciência, Cuidado e Saúde, 2015; 14(3), 1290-1298.
- CLARK, David A. **Vencendo a ansiedade** e a preocupação com a terapia cognitivo-comportamental: manual do paciente [recurso eletrônico] / David A. Clark, Aaron T. Beck; tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Elisabeth Meyer. – Porto Alegre: Artmed, 2014. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5276033/mod_resource/content/1/Vencendo%20a%20ansiedade%20PDF.pdf. Acesso em: 20 de junho de 2022.
- CLINICA SALUTE CARE: **Tipos de ansiedade**, saiba quais são. São Paulo, 2022. Disponível em <https://www.clinicasalutecare.com.br/tipos-de-ansiedade-saiba-quais-sao/> .Acesso em: 19 de março de 2022.

COFEN: **Brasil vive uma segunda pandemia, agora na saúde mental.** Cofen; conselho federal de enfermagem. Brasília, 2022. Disponível em <https://www.cofen.gov.br/brasil-enfrenta-uma-segunda-pandemia-agora-na-saude-mental/> Acesso em: 19 de setembro de 2023.

CO.LAB. **Fidget Toys: o que são os brinquedos que dominaram as redes sociais.** Blog CoLab. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/fidget-toys-o-que-sao-os-brinquedos-que-dominaram-as-redes-sociais/> Acesso em: 18 de maio de 2023.

COMMOS Jesse: **Fidget Jewellery: Can It Help Your Anxiety? :Women Are Using This Jewellery To Deal With Their Anxiety**, 2018, Disponível em: <https://www.refinery29.com/en-gb/fidget-jewellery-anxiety-adhd> acesso em; 16 de maio de 2023.

CRUZ, C.; PINTO, J.; ALMEIDA, M.; ALELUIA, S. **Ansiedade nos estudantes do ensino superior.** Um estudo com estudantes do 4º ano do curso de licenciatura em enfermagem da Escola Superior de Saúde de Viseu. *Millenium*, 2010; 223-242.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa.** In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

EMBACHER, Airton. **Moda e identidade:** A construção de um estilo próprio. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

GALLO, Giovanni. **Motivos ornamentais da cerâmica marajoara: modelos para o artesanato de hoje.** / Giovanni Gallo – Cachoeira do Arari, Museu do Marájo, 1996. 200p

GONÇALVES, Betsie - **Transtorno do Pânico e algumas possibilidades de libertação**, 2003.

GUHA, Sampurna. **FIDGET JEWELRY: exploring the innovate and therapeutic use of fashion accessories for persons with special needs (PWSNS)** Through review. Sampurna Guha, 2017. Disponível em: <https://www.srjis.com/pages/pdfFiles/15700073676.%20Sampurna%20Guha.pdf>. acesso em; 16 de maio de 2023.

HISTORICO DA PANDEMIA DE COVID-19. **OPAS, (Organização Pan-Americana de Saúde)** Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acesso em: 17 de novembro de 2023.

HINDUSTAN TIMES. **Fashion and Trend:** Theres now jewellery disigned to help ease you stress. Madhusree Ghosh. 2023. Disponível em: <https://www.hindustantimes.com/fashion-and-trends/there-s-now-jewellery-designed-to-help-ease-your-stress/story-xoT97bLdM9XE2q0RVrYyL.html>. Acesso em: 18 de maio de 2023.

IBISTER, K. **Fidget Toys Aren't Just Hype**. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/author/katherine-isbister>. Acesso em: 19 de março de 2023.

LAUWAERTL, D. (2006) **Morality and Fashion**. In: Brand, J. & Teunissen, J. The Power of Fashion: about design and meaning. Terra ArtEZ Press

LEHNERT, G. **História da moda do século XX**. Koln: Konemann. 2001.

LÓTERIO, Lígia: **Hand spinner alivia estresse e ansiedade? Para que serve, onde comprar e como fazer**. Ta saudável. 2017 Disponível em: <https://www.tasaudavel.com.br/saude/hand-spinner-alivia-estresse-e-ansiedade-para-que-serve-onde-comprar-e-como-fazer>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

MAGNUS, Emanuele Biolo; HAMSTER; Fabiana. **Metodologia Projetual para design de moda; Planejamento, Desenvolvimento e apresentação de coleção**. Monografia de Especialização. Caxias do sul; Universidade de Caxias do Sul, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa Científica: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. São Paulo: Atlas, 2005.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem as coisas**. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

NÍVEIS DE ANSIEDADE E ESTRESSE EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS, João Pessoa (1 – 15) 2019. Disponível em: <https://temasemsaude.com/wp-content/uploads/2019/03/fippsi15.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2023.

NORMAN, Donald. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia, dia**, Donald Norman, Rocco, 2008.

OLIVEIRA, Blenda Marceletti de. **Fazendo as pazes com a ansiedade** [recurso eletrônico] / Blenda Marceletti de oliveira – São Paulo, SP: Editora Nacional, 2022.

O VESTUÁRIO COMO PRINCÍPIO DE LEITURA DO MUNDO, Associação Nacional de História – ANPUH XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA (1- 10) 2007 Disponível em <http://www.snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/Maria%20Cristina%20V%20Na cif.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2023.

PEIXOTO, Priscila. Fidget Toy: **brinquedo pode aliviar estresse e ansiedade infantil?** 17 de agosto de 2021, Agência Cenário. Disponível 80 TCC DESIGN Produto distrativo terapêutico para jovens e adultos que sofrem de Ansiedade/Fobia Social TCC DESIGN em: Acesso em: 12 de dezembro de 2023.

PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PASSOS, Letícia. **Pesquisa mostra que 86% dos brasileiros têm algum transtorno mental.** Veja, 31 jul. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/pesquisa-indica-que-86-dos-brasileiros-tem-algum-transtorno-mental/>. Acesso em: 23 de junho de 2022.

PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. Tradução Itiro Iida. Rev Téc. Whang Pontes Teixeira. São Paulo: Editora Blucher. 2007.

ROCHA, Maria Alice. O SIGNIFICADO DA MODA. Audaces, Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/o-significado-da-moda> Acesso em: 17 de julho de 2023.

ROSSETTI, M. O.; EHLERS, D. M.; GUNTERT, I. B.; LEME, I. F.; RABELO, I. S. A.; TOSI, S. M.; BARRIONUEVO, V. L. **O inventário de sintomas de stress para adultos de lipp (ISSL) em servidores da polícia federal de São Paulo.** Revista Brasileira de Terapias Cognitivas, 2008.

SCHAAN, Denise Pahl. Muito além dos campos: arqueologia e história na Amazônia Marajoara / Schaan, Cristiane Pires Martins, organizadoras. – 1. ed. – Belém: GKNORONHA, 2010 Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/PubDivArq_MuitoAlemCampos_m.pdf f. Acesso em 31 março de 2022.

SCIELO. **Pesquisa Qualitativa:** rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011), 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/zYRKvNGKXjbDHtWhqjxMyZQ/?lang=pt> Acesso em: 19 de março de 2022.

SCIELO. **Relato de tristeza/depressão, nervosismo/ansiedade e problemas de sono na população adulta brasileira durante a pandemia de COVID-19.** 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/nFWPcDjfNcLD84Qx7Hf5ynq/#>. Acesso em: 19 de setembro de 2023.

SCIELO, Shear MK. Anxiety disorders in women: gender-related modulation of neurobiology and behavior. Semin Reprod Endocrinol. 1997. Disponível em; 25 <https://www.scielo.br/j/rbp/a/BFx4r3BVv54Vy9Hh7FfmJnk/?format=html&lang=pt> Acesso em; 20 junho de 2022.

SILVA, J. C. P.; PASCHOARELLI, L. C. **A ergonomia informacional e a possibilidade de desenvolvimento de texturas para leitura tátil - uma revisão.** In: PASCHOARELLI, L. C.

SKODA, Sonia Maria de Oliveira Gonçalves. Evolução da arte da joalheria e a tendência da jóia contemporânea brasileira / Sonia Maria de Oliveira Gonçalves Skoda; orientador Edson Leite. -- São Paulo, 2012. Disponível em; https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-27012016-134500/publico/2012_SoniaMariaDeOliveiraGoncalvesSkoda_VCorr.pdf. Acesso em; 20 de junho de 2022.

SUPERINTERESSANTE. **Uma breve história de ansiedade**, 2019. Disponível em: <https://super.abril.com.br/saude/uma-breve-historia-da-ansiedade/> Acesso em: 17, mar. de 2022.

UGOLOTI, B.M, Enciclopédia da Civilização e da Arte. V. II. São Paulo 2002. 224p.
VERÇOSA, Fernando. Cuidados pela vida. **Quais são as características da ansiedade leve?** 2019. Disponível em: <https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/ansiedade/ansiedade-moderada-leve> Acesso em: 9 de abril de 2022.

UNIMED, **Brinquedo anti estresse entre na onda dos fidget toys**. 2021 Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/viver-bem/pais-e-filhos/brinquedo-antiestresse-entre-na-onda-dos-fidget-toys>. Acesso em: 17 de novembro de 2023.

VERÇOSA, Fernando. Cuidados pela vida. Saúde e tratamento: **ansiedade moderada quais características se diferem esse quadro da ansiedade leve**, 2019. Disponível em: <https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/ansiedade/ansiedade-moderada-leve> Acesso em: 9 de abril de 2022.